

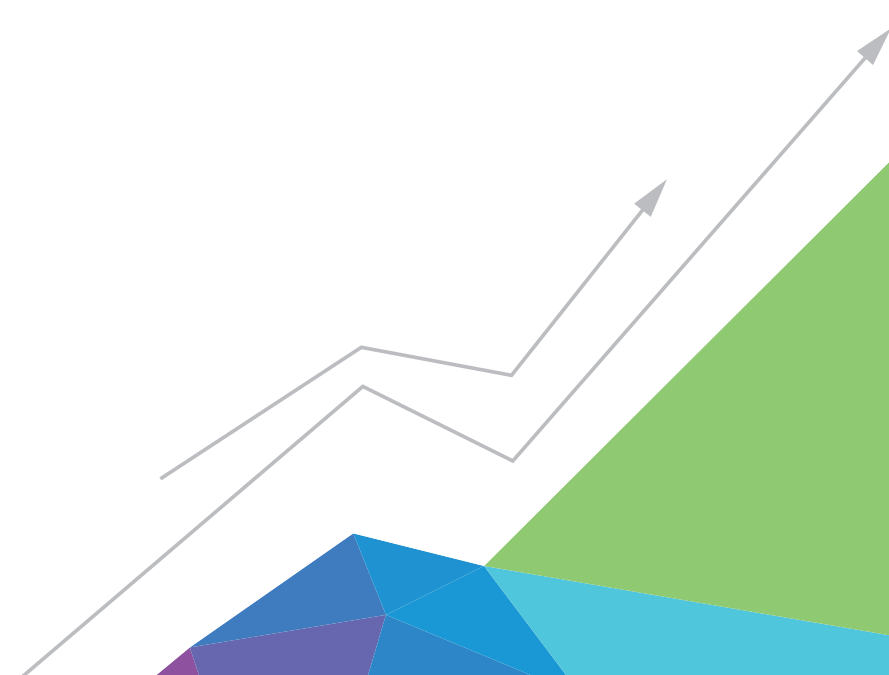


REGIONE DEL VENETO

Studio

Analisi del Sistema turistico del Veneto: la domanda, l'offerta, l'impatto economico, sociale e ambientale

A cura dell' U.O. Sistema statistico regionale
Ufficio di Statistica della Regione del Veneto



Novembre 2018

Indice

Premessa	pag. 6
Sintesi	pag. 7
1. Il contesto	pag. 19
2. L'offerta turistica	pag. 25
2.1 La ricettività	pag. 26
2.2 L'offerta culturale	pag. 31
2.3 Il patrimonio storico/naturalistico	pag. 38
2.4 Le infrastrutture di trasporto e la mobilità	pag. 43
2.5 Le infrastrutture digitali	pag. 47
2.6 Le professionalità specializzate al servizio del turista	pag. 51
3. La domanda turistica	pag. 53
3.1 Destinazioni turistiche apprezzate in tutto il mondo	pag. 54
3.2 I cinque comprensori tradizionali ma intramontabili	pag. 57
3.3 La stagionalità dei flussi turistici	pag. 66
3.4 I viaggi dei veneti	pag. 70
4. La profilazione e il comportamento del turista	pag. 75
4.1 Il turista straniero	pag. 76
4.2 Il turista italiano	pag. 87
4.3 L'escursionista	pag. 89



Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

5. L'impatto economico del sistema turistico

pag. 93

5.1 Nel mondo, in Italia e in Veneto

pag. 94

5.2 Le imprese venete del turismo

pag. 96

5.3 Le imprese venete dell'ospitalità

pag. 101

5.4 Gli effetti indiretti: focus sul connubio tra turismo ed export agroalimentare

pag. 103

6. Il turismo e l'impatto sociale

pag. 109

6.1 Turismo, popolazione e territorio

pag. 111

6.2 Lavorare nel settore turistico

pag. 116

6.3 Formarsi per lavorare nel turismo

pag. 119

7. Il turismo e l'impatto ambientale

pag. 123

7.1 I rifiuti

pag. 124

7.2 L'acqua ad uso potabile

pag. 127

7.3 L'incidentalità stradale

pag. 130

Nota metodologica

pag. 136

Bibliografia

pag. 140



Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale



*“La vita è viaggio, e viaggiare è vivere due volte”
(Omar Khayyam, poeta persiano del XII sec.)*



PREMESSA

Le grandi potenzialità dell'offerta turistica veneta, valorizzata dalle capacità imprenditoriali degli operatori e da uno strutturato piano di promozione, permettono di conseguire risultati notevoli in termini di flussi turistici e producono un'elevata quota di ricchezza.

Per poter rimanere competitivi è necessario studiare a fondo il fenomeno che è in una fase di profonda evoluzione: i cambiamenti antropologico-culturali della società moderna e i processi di globalizzazione hanno portato ad un nuovo modo di concepire la vacanza, con un turista sempre più esigente e selettivo, alla ricerca di ambienti naturali incontaminati, di nuovi stimoli culturali, di strutture e servizi ricettivi di qualità, alla riscoperta di tradizioni eno-gastronomiche e di antiche culture, di una vacanza esperienziale e di arricchimento personale sotto il profilo sociale, culturale e ambientale in un rapporto diretto con i luoghi visitati, con il territorio e le sue tipicità.

Nell'anno in cui la Regione del Veneto si sta dotando di un Programma regionale per il turismo 2018-2020 ai sensi della D.G.R. n.1928/2017 e in seguito all'approvazione del Piano Strategico per il Turismo nazionale, il presente rapporto intende fornire dati, informazioni e analisi che consentano al policy maker di contestualizzare il fenomeno "turismo" e di fare le opportune valutazioni per la programmazione delle politiche di settore. Ampliare, innovare, diversificare, specializzare e integrare l'offerta turistica veneta necessita una conoscenza profonda delle persone che scelgono la nostra regione per viaggi e vacanze e delle imprese di settore che vi operano.

L'Ufficio regionale di statistica, che istituzionalmente collabora con le Strutture regionali competenti in materia di turismo, è da sempre coinvolto nell'analisi dei dati del movimento turistico, ma con il presente documento intende compiere un passo ulteriore, ossia svolgere uno studio approfondito dell'offerta in termini di caratteristiche del territorio, strutture turistiche e infrastrutture territoriali, sulla base della domanda da parte dei turisti-utilizzatori.

Ad un primo capitolo di contestualizzazione del fenomeno seguono dunque gli approfondimenti relativi alla mappatura dell'offerta turistica veneta, alla domanda, con l'analisi dei flussi di origine-destinazione e della stagionalità nel capitolo, e alla profilazione del turista nel quarto capitolo.

Segue il capitolo 5 dedicato alle imprese della "filiera" turistica, nel quale vengono svolte analisi relative all'aspetto economico, focalizzandosi sui valori di bilancio delle imprese turistiche venete.

Strettamente correlato all'impatto economico è l'impatto sociale, che è oggetto di analisi attraverso l'effetto dei flussi turistici sulle comunità ospitanti, l'occupazione creata dalla filiera turistica e la formazione che necessita il settore nel capitolo 6.

Infine, nel capitolo 7, vengono esaminati alcuni aspetti relativi alla pressione ambientale del fenomeno turistico.

Il tutto è preceduto da una breve nota che sintetizza l'intero studio.



Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale



SINTESI

Negli ultimi anni è stata ribadita la necessità di dare evidenza al settore turistico: nel 2017 è stato approvato in via definitiva il nuovo Piano Strategico del Turismo nazionale, "PST 2017-2022 – Italia Paese per Viaggiatori¹" con l'obiettivo di dotare l'Italia del turismo e della cultura di una visione unitaria, ponendo il settore turistico al centro delle politiche di sviluppo del Paese; il 2017 è stato dichiarato dall'Assemblea generale delle Nazioni Unite "Anno Internazionale del Turismo Sostenibile", a conferma della valenza strategica attribuita a questo settore ai fini della diffusione del progresso sociale e dell'affermazione dei principi di pace e rispetto dei diritti umani nell'ambito degli obiettivi dell'Agenda 2030.

In concomitanza di questo evento Taleb Rifai, il Segretario Generale di UNWTO², ha sottolineato il ruolo determinante del turismo nell'ambito delle aree chiave delle strategie internazionali di sviluppo sostenibile ed in particolare nel raggiungimento di una crescita economica inclusiva e sostenibile, dell'inclusione sociale, occupazione e riduzione della povertà, della realizzazione di maggiore efficienza delle risorse, protezione dell'ambiente e cambiamenti climatici, della promozione dei valori culturali, diversità e patrimonio culturale, dell'approfondimento della comprensione reciproca, pace e sicurezza.

Il riferimento al turismo è esplicitato negli obiettivi "Goal 8.9", "Goal 12.b" e "Goal 14.7" dell'Agenda 2030. Nello specifico, il primo si pone come finalità quella di elaborare e attuare politiche volte a promuovere il turismo sostenibile, che crei posti di lavoro e promuova la cultura e i prodotti locali entro il 2030. Il secondo mira a sviluppare e applicare strumenti per monitorare gli impatti di sviluppo sostenibile per il turismo, che promuovano la cultura e i prodotti locali. Infine il terzo ha come scopo aumentare i benefici economici derivanti dall'uso sostenibile delle risorse marine per i piccoli Stati insulari e i paesi meno sviluppati, anche mediante la gestione sostenibile della pesca, dell'acquacoltura e del turismo, entro il 2030.

In questo contesto, il turismo internazionale continua la sua fase di espansione che, nonostante alcuni shock congiunturali, dura ininterrottamente da sei decenni: secondo i dati UNWTO, gli arrivi internazionali pari a circa 25 milioni nel 1950, sono progressivamente aumentati senza soluzione di continuità raggiungendo 278 milioni nel 1980, 674 milioni nel 2000 e ben 1.235 milioni nel 2016.

Nello stesso anno l'UNWTO stimava l'incidenza del comparto in circa il 10,0% del PIL mondiale, corrispondente ad una quota in termini occupazionali molto simile: 1 posto di lavoro su 10 è direttamente o indirettamente attribuibile al turismo. Viene inoltre calcolato che anche l'incidenza del turismo sul commercio internazionale sia di assoluto rilievo, pari a circa il 7% sull'export mondiale.

A livello europeo emerge il ruolo fondamentale svolto dalle 4 nazioni maggiormente turistiche: Spagna, Francia, Italia, Germania e Regno Unito totalizzano il 64% dei pernottamenti effettuati dai turisti nell'intera Unione Europea. All'Italia spetta il terzo posto, dopo Spagna (prima) e Francia (seconda). L'Italia appare, invece, al secondo posto sul fronte del turismo internazionale grazie alle ragguardevoli cifre raggiunte in termini sia di arrivi (quasi 57 milioni) che di presenze (quasi 200 milioni).

L'importanza del settore nelle politiche internazionali



1,2 miliardi di turisti nel mondo



L'Italia al secondo posto per turismo internazionale



¹ Approvato dal Comitato permanente di promozione del turismo il 14 settembre 2016, il giorno successivo ha ottenuto il parere favorevole della Conferenza Stato-Regioni ed è stato approvato dal Consiglio dei Ministri a inizio 2017. È stato elaborato dal Comitato Permanente di Promozione del Turismo, con il coordinamento della Direzione Generale Turismo del MiBACT e il supporto di un Gruppo Tecnico misto.

² World Tourism Organization (UNWTO) è l'agenzia delle Nazioni Unite responsabile della promozione del turismo responsabile, sostenibile e universalmente accessibile. Fornisce dati/stime sul turismo di tutti i Paesi del mondo.

Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

Nel complesso il sistema turistico veneto ben intercetta la rilevante crescita della domanda turistica internazionale che sta interessando l'Europa in questo scorcio di decennio.

Nel 2016³, quanto ad arrivi di turisti, il Veneto si colloca in 4° posizione tra le circa 300 regioni europee dopo Île de France, Catalogna e Andalusia.

In Veneto, dai circa 10 milioni di arrivi turistici totali nel 1997 si è giunti agli oltre 19 milioni nel 2017, registrando un aumento dell'85,2% in 20 anni, pari ad una crescita media annua del 3,2%. Le presenze turistiche totali sono passate dai 51 milioni del 1997 agli oltre 69 milioni del 2017, + 35,3%, pari ad una crescita media annua dell'1,5%.

Sono stati anni caratterizzati da diversi fattori destabilizzanti che hanno rischiato di mettere in crisi il settore dei viaggi: dagli attentati terroristici, alle tensioni geopolitiche in medio Oriente, alle profonde crisi economiche che hanno influenzato il comportamento dei consumatori.

Lo sviluppo del settore è stato frenato in Veneto, soprattutto per la componente straniera, dal clima di insicurezza e paura generato dal terribile attentato alle Torri Gemelle l'11 settembre del 2001, dagli atteggiamenti di prudenza dovuti all'epidemia di Sars del 2002, fino alla crisi finanziaria del 2008, esplosa dal "fallimento Lehman Brothers" nel 2008 e la successiva recessione.

I turisti italiani si sono mostrati particolarmente sensibili alla difficile situazione economica del Paese negli anni 2008-2009 quando la perdita del PIL nazionale fu nell'ordine del 6,5% rispetto all'anno pre-crisi 2007 e negli anni 2012-2013, durante i quali il calo del PIL rispetto al 2007 fu dell'8,7%, in termini reali. I connazionali, comunque, mostrano nell'ultimo triennio una buona vivacità dopo gli anni più duri della crisi, arrivando a 22.083.919 presenze nel 2017, anche se hanno ridotto il numero di pernottamenti a favore di vacanze più frequenti.

Non si è registrato, invece, nessun effetto negativo in Veneto dopo i numerosi attentati terroristici degli ultimi anni, a partire dall'attentato alla sede di Charlie Hebdo a Parigi avvenuto il 7 gennaio 2015: dal 2015 al 2017 gli arrivi in Veneto sono aumentati del 11,1% e le presenze del 9,4%, con un'intensità ancora maggiore per gli stranieri che evidentemente considerano la nostra regione sicura e al riparo da attacchi (+11,6% sia arrivi che presenze). Le presenze straniere rappresentano la preponderanza (68%) della clientela, con 47.100.163 notti trascorse in Veneto nel 2017.


Una domanda turistica robusta

Le dinamiche territoriali mettono in evidenza la presenza di alcuni prodotti turistici particolarmente apprezzati e dinamici: le principali città d'arte, e Venezia in particolare, una serie di destinazioni ed aree rurali e interne che hanno sviluppato un brand turistico riconoscibile ed apprezzato a livello nazionale e internazionale, e quelle aree balneari che hanno creato un'affezione al cliente, quelle montane che accompagnano alla valorizzazione del territorio anche proposte legate allo sport, le terme ed il lago che sono riuscite a costruire prodotti turistici unici, pregiandosi del patrimonio storico artistico ed ambientale e dei prodotti tipici.


Le cinque tipologie di destinazioni (mare, città d'arte, lago, montagna e terme), conosciute ed apprezzate in tutto il mondo, continuano a costituire una forte attrazione per il turista.

Il comprensorio balneare, con 4,1 milioni di arrivi nel 2017, accoglie il 21,5% dei turisti che scelgono il Veneto come destinazione della propria vacanza. Grazie alla scelta di trascorrervi una vacanza mediamente lunga (6,3 notti), le località della

³ I dati del Veneto sono disponibili a tutto il 2017, mentre per gli altri Paesi bisogna fermarsi al 2016, quindi per uniformità questo livello di analisi si è realizzato al 2016.



In Veneto 69 milioni di presenze turistiche nel 2017



Il comprensorio balneare accoglie più di un terzo dei pernottamenti

costa totalizzano la quota più rilevante delle presenze turistiche venete: i 25,8 milioni di pernottamenti costituiscono il 37,4% delle presenze regionali.

Se negli ultimi anni il numero di turisti attratti dalle nostre località balneari ha avuto un andamento altalenante, l'attrattività del 2017 si è dimostrata in forte crescita, con il ritorno anche dei connazionali. La vacanza al mare ha battuto il proprio record storico in quanto ad arrivi, per la prima volta superiori ai 4 milioni grazie ad un +6,4%. Tali risultati sono legati soprattutto alla forte e sempre maggiore attrattività esercitata sugli stranieri, che costituiscono il 64,5% dei clienti delle strutture ricettive del litorale veneto.

In particolare, la Germania non è solo lo stato estero più rilevante per la destinazione balneare - da qui proviene circa un quarto dei turisti, che sceglie questa destinazione per trascorrere un soggiorno mediamente superiore alle 8 notti - ma anche quello che negli ultimi anni ha più contribuito alla crescita del settore.

Le città d'arte accolgono il 54,4% di turisti: nel 2017 oltre 10 milioni di turisti per quasi 23 milioni di pernottamenti con degli incrementi da capogiro: rispettivamente +9,3% e +9,7% rispetto all'anno precedente, +21% rispetto al 2014. I principali clienti sono i nostri connazionali, gli americani e i cinesi.

Il lago accoglie il 14,2% di turisti: 2,7 milioni di arrivi e 13 milioni di presenze nel 2017, grazie sia ai forti incrementi degli stranieri, sia alla ripresa dell'appeal nei confronti degli italiani a partire dal 2014. Solo nel caso dell'offerta lacuale la clientela italiana viene superata dai turisti provenienti da uno stato estero: la Germania (40% della clientela). Anche gli austriaci, gli inglesi e gli svizzeri hanno dimostrato un interesse crescente verso questo tipo di offerta, mentre gli olandesi mostrano negli anni un andamento altalenante.

Le montagne venete continuano ad attirare un numero crescente di turisti, superiore al milione di arrivi e accolgono il 5,7% dei turisti in Veneto. Sta aumentando il numero di italiani (+1,7% nell'ultimo anno e +15% nel triennio), che costituiscono il principale mercato (65,5% degli arrivi) e cresce il numero di stranieri (rispettivamente +7,3% e +34,5%). Analizzando invece l'andamento dei pernottamenti, si evidenzia come la crescita delle presenze internazionali non sempre compensi completamente la riduzione di quelle italiane. La diminuzione delle presenze è strettamente connessa al cambiamento di abitudini degli italiani, che alla lunga vacanza degli anni '90 (quando si permaneva mediamente 8 notti), hanno sostituito il week end o la vacanza breve, permanendo oggi mediamente 4,2 notti. Questa riduzione si nota in particolar modo per i veneti stessi, che costituiscono circa un quarto dei clienti e che, a fronte di un aumento nel triennio del 9,1% degli arrivi, diminuiscono le presenze del 17,8%.

Le terme raccolgono il 4,3% di turisti, oltre 800 mila nel 2017 (+6,9% rispetto all'anno precedente) e 3,2 milioni di presenze. Questa tipologia di offerta è apprezzata da un pubblico prevalentemente italiano (66,7%) e mostra nel tempo una riduzione della durata del soggiorno che impedisce di ottenere le presenze del passato: da quasi 8 notti degli anni '90 ora la media è di 3,9 notti.

La tendenza è dunque quella di ridurre il soggiorno, ma fare più viaggi nel corso dell'anno e questo si riflette sulla stagionalità del fenomeno.

Il turismo veneto è caratterizzato da una forte stagionalità soprattutto per l'attrattività esercitata dalle località balneari, lacuali e montane. Dal 2001 ad oggi, però, si assiste a un leggero miglioramento: si registra una distribuzione dei flussi nel corso dell'anno più equa, rispetto al passato, per il comprensorio lacuale, montano e termale. In particolare, al lago si riduce la quota di chi sceglie la stagione estiva, a favore specialmente di quella autunnale. Allo stesso modo in montagna aumenta la quota di chi predilige l'estate e l'autunno. Per le terme, infine, è aumentata l'attrattività della stagione invernale.

Le città d'arte vedono un continuo incremento dei pernottamenti



Al lago prevalgono i turisti stranieri



In montagna gli italiani riducono la permanenza



Alle terme si riduce la durata del soggiorno



La stagionalità si sta smorzando



Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

Il profilo del turista-tipo

Per capire come migliorare la competitività del territorio diventa importante analizzare la tipologia del turista che sceglie il Veneto come meta del proprio viaggio o vacanza, conoscere le opinioni dei turisti rispetto al territorio e alla propria esperienza di vacanza, capirne motivazioni e tendenze.

Il turista straniero viaggia in compagnia, infatti il viaggio è motivo di aggregazione e solamente il 20% effettua una vacanza in solitudine in Veneto. Viaggiare in compagnia non implica necessariamente fare "cassa comune", infatti circa un quarto di chi viaggia accompagnato non condivide le spese. I turisti stranieri⁴ in Veneto nel 2017 spendono complessivamente 5,9 miliardi di euro, praticamente ogni turista straniero spende ogni giorno 105 euro. La spesa, comprendente l'alloggio, gli acquisti, la ristorazione e tutti gli altri servizi di cui il viaggiatore fruisce a destinazione, varia molto a seconda della tipologia di viaggio. La spesa media giornaliera più bassa si riscontra per la vacanza al mare (circa 67€) a cui si accompagna però la più elevata spesa totale pro capite (circa 490€) grazie alla lunga permanenza nei luoghi di villeggiatura (più di 6 notti). Per la vacanza al lago il turista straniero spende al giorno leggermente di più (circa 76€), ma chi compie questa scelta soggiorna un po' di meno (circa 5 notti) cosicché a testa spende circa 400€. Le vacanze per cui giornalmente si spende di più sono quelle culturali (134€ al giorno) e enogastronomica o green (circa 132€).


Nei viaggi si evidenzia un maggiore coinvolgimento della popolazione maschile - nel complesso dei viaggiatori stranieri in Veneto le donne sono il 40% - e delle classi centrali della vita con una prevalenza della mezza età: circa il 20% ha 25-34 anni, circa il 30% ha 35-44 anni, quasi il 40% è tra i 45 e i 64 anni.

Prevale il viaggio con un'unica tappa, segue il viaggio con più tappe in Italia, di cui una sola in Veneto, mentre il 7% dei viaggiatori stranieri pernottano in diverse località della nostra regione (quasi un milione all'anno). È questa la fetta che potrebbe essere ampliata, proponendo al turista non solo le località più rinomate, ma attirandolo verso le altre preziose e molteplici destinazioni di cui il nostro territorio è punteggiato. L'abbinamento più frequente è Venezia-Verona come tappe esclusive o all'interno di un viaggio più ampio. Chi dimostra una tendenza più spinta a soggiornare in diverse località venete è lo straniero che sceglie la vacanza sportiva o in montagna: in questi casi chi pernotta in più località rimane comunque l'eccezione, ma la quota sale all'11-13%.

E gli italiani? Il turista italiano sceglie il Veneto come destinazione per le proprie vacanze con l'obiettivo di divertirsi e riposarsi e, altresì, per visitare le bellezze naturali e il patrimonio artistico e monumentale della regione; si sposta prevalentemente con la famiglia e in automobile e predilige le strutture ricettive collettive. I viaggi trascorsi in alloggi a pagamento sono circa il 70% del totale; in oltre il 75% delle occasioni le strutture scelte vengono prenotate anticipatamente, di cui circa metà sono prenotazioni effettuate via internet. La spesa media giornaliera per viaggi in alloggi a pagamento in Veneto sfiora il centinaio di euro.

Gli italiani che non pernottano in Veneto, ma lo visitano in giornata, i cosiddetti escursionisti, sono stimati essere attorno ai 14 milioni nell'intero 2016, maggiormente concentrati nel trimestre estivo. Le motivazioni più frequenti sono il piacere, svago e vacanza e la visita a parenti o amici, ma sono frequenti anche le visite in giornata per shopping, motivi religiosi, formazione e cultura e trattamenti di salute e cure termali. La maggior parte delle escursioni avviene in famiglia e l'automobile è il

⁴ Questo focus deriva dall'utilizzo dei dati individuali dell'indagine alle frontiere resi disponibili dalla Banca d'Italia. Da tutti i calcoli si esclude il costo del viaggio per giungere a destinazione. L'esclusione delle spese di trasporto di andata e ritorno è imposta dalla definizione di spesa turistica della bilancia dei pagamenti.



Lo straniero viaggia in compagnia e spende circa 105 euro al giorno



il 7% degli stranieri fa più tappe in Veneto



Gli italiani viaggiano prevalentemente in famiglia e prediligono le strutture collettive

mezzo di trasporto più utilizzato. I dati mostrano come gli escursionisti in Veneto siano più concentrati nelle fasce d'età giovanili rispetto agli escursionisti diretti nel resto d'Italia.

L'offerta turistica allettante: i beni storico, naturalistico e culturali...

Sicuramente sono due i fattori che hanno contribuiscono alla scelta del Veneto come meta di vacanza: la morfologia e ricchezza culturale del territorio e la competenza degli operatori di settore che propongono un'offerta turistica unica, variegata, di qualità e valorizzata da iniziative sempre allettanti ed innovative.

Nell'offerta turistica del Veneto rientrano i beni storici e naturalistici, riconosciuti a livello nazionale e internazionale: i sette siti inseriti dall'UNESCO nella Lista del Patrimonio dell'Umanità; i Parchi e le Aree naturali protette del "Sistema Parchi del Veneto", importante elemento di identità regionale, appartenente al patrimonio naturalistico; i sentieri, le vie ferrate e i bivacchi segnalati del territorio montano per l'escursionismo alpino; per il comprensorio marino, le otto Bandiere Blu assegnate nel 2018 ad altrettante località balneari. Si segnala, inoltre, il progetto "Turismo Sociale ed Inclusivo nelle Spiagge Venete" che, a partire dall'esperienza della spiaggia di Nemo a Jesolo, si prefigge di progettare spazi ed servizi accessibili a tutti, nelle strutture turistiche e ricettive e nelle spiagge di tutto il litorale. La valorizzazione del patrimonio culturale, artistico e storico italiano dei piccoli centri che non sempre rientrano nelle usuali mete turistiche e che rischiano lo spopolamento ha portato, nel Veneto, alla selezione di undici borghi da parte del Club de I Borghi più belli d'Italia, sponsorizzato dalla Consulta del Turismo dell'Associazione Nazionale dei Comuni Italiani e all'attribuzione di sette "Bandiere arancione" dal Touring Club Italiano; alcune località sono state premiate con entrambi i riconoscimenti.

Non possiamo dimenticare le quasi 4.000 ville venete, di cui 857 aperte al pubblico che sorgono tra collina e pianura e la presenza di 315 istituti museali che hanno accolto 8,8 milioni di visitatori nel 2015.

...Le strutture ricettive...

Non basta avere paesaggi mozzafiato, mare pulito, monti spettacolari per attirare flussi turistici, è necessario predisporre tutta una serie di servizi, spiccatamente ricettivi, ma anche ludici, ricreativi, sportivi, culturali, in grado di soddisfare le più diverse esigenze dell'ospite. La presenza di infrastrutture, l'accessibilità al territorio e la presenza di servizi rappresentano, inoltre, un notevole valore aggiunto nella capacità di attrarre turisti.

Da sempre apprezzata per la varietà dell'offerta turistica e per la cultura dell'ospitalità che la caratterizza, la nostra regione dispone di oltre 62mila strutture ricettive, di cui 2.985 alberghi, per un totale di oltre 750mila posti letto (215mila in strutture alberghiere). Vi sono 3,4 esercizi ricettivi ogni Km², un numero più elevato di alberghi soprattutto per le città d'arte (oltre mille su circa 3 mila totali), e offre strutture extralberghiere più maggiormente ubicate nelle località balneari (circa la metà di quelle regionali, circa 30 ogni Km²).

Nel corso dell'ultimo decennio, a fronte di una sostanziale stabilità dell'offerta alberghiera (+2,8% dei posti letto rispetto al 2007), si evidenzia la progressiva attrattività esercitata dalle categorie medio-alte accanto al ridursi dello spazio lasciato dal mercato alle categorie basse, probabilmente soppiantate dall'offerta di soluzioni alternative: i posti letto dei Bed&Breakfast ora sono circa 14mila (+62,7% dal 2007), così come quelli degli agriturismi (grazie ad un +81,8%), mentre i campeggi giungono a 229mila (+45,1%).

Sette siti UNESCO
sono situati in
Veneto



11 i borghi veneti
più belli d'Italia



Oltre 62mila
strutture ricettive



Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

...Le infrastrutture di trasporto...

Accanto all'offerta di strutture per l'accoglienza, non bisogna dimenticare che il turista è in primo luogo un viaggiatore, quindi risulta di primaria importanza l'offerta di servizi di trasporto adeguati e di qualità.

L'attrattività turistica di un territorio, e quindi la sua competitività, dipende molto dalla sua accessibilità; l'interazione fra turismo e trasporti è un fattore fondamentale per la valorizzazione e la riqualificazione di zone, ricche di tradizioni, cultura, risorse naturali, che rischiano di rimanere ai margini dello sviluppo economico se non ben collegate dalle infrastrutture di trasporto. Sono sotto gli occhi di tutti, nel campo del trasporto aereo, i cambiamenti che si stanno verificando con la rapida diffusione dei voli low cost che ha favorito i viaggi point to point e l'apertura di nuove origini-destinazioni. Così come, dall'altro lato, del problema infrastrutturale fanno parte anche altre strozzature quali la congestione del trasporto locale e la scarsità di aree di parcheggio, l'insufficienza dei collegamenti e le carenze nel trasporto fluviali o nella portualità turistica.

Il Veneto, attraversato da tre corridoi core TEN-T⁵, è infrastrutturato e ben collegato internazionalmente, con volumi di traffico notevoli che risentono di una marcata stagionalità dovuta ai flussi turistici. La rete ferroviaria, ora interessata da nuovi progetti per la realizzazione di collegamenti ad Alta Velocità/Alta Capacità, ha come principali snodi le Stazioni Platinum di Venezia Santa Lucia, Venezia Mestre, Verona Porta Nuova e Padova.

Le principali porte di accesso della regione sono gli aeroporti di Venezia, Treviso e Verona, contraddistinti da una dinamica crescente del traffico che raggiunge il massimo nei mesi estivi; il porto di Venezia, importante scalo nell'Adriatico e leader nel Mediterraneo per la ricezione di navi da crociera; la rete autostradale, percorsa nel 2017 da 1.119.258 di veicoli effettivi medi giornalieri. Il traffico autostradale leggero raggiunge le punte massime nel terzo trimestre dell'anno, quello estivo, soprattutto per alcune delle tratte considerate, come la A22 Modena-Brennero, la A27 Mestre-Belluno e la A4 Venezia-Trieste, le direttive dei maggiori flussi turistici. Il Veneto risulta la terza migliore regione italiana come tempi di percorrenza verso i nodi urbani e logistici, circa 40 minuti, un tempo inferiore alla media italiana che è pari a 52 minuti. Una criticità viene evidenziata dal dato sui mezzi pubblici a servizio degli aeroporti: nel Veneto la percentuale di utilizzo dei passeggeri è piuttosto limitata rispetto al dato medio nazionale.


...Le infrastrutture digitali...

Opere pubbliche fondamentali per la competitività e lo sviluppo dei territori, esattamente come le strade e le autostrade, sono le infrastrutture digitali per migliorare l'accessibilità e la fruizione "in mobilità" dei servizi. Poter contare su una rete internet veloce e una presenza diffusa del wi-fi gratuito ha un potere attrattivo e rimane strategico per un territorio.


Il settore del turismo, prima di altri, ha subito i profondi cambiamenti generati dal digitale: il turista è sempre più attivo "digitalmente", mentre per l'operatore turistico risulta fondamentale essere online. Il trend è inarrestabile e in un contesto come quello Veneto, ricco di operatori turistici di piccole e medie dimensioni, risulta fondamentale avviare strategie e politiche di sistema.

Rispetto ad altri Paesi europei l'Italia è in ritardo nello sviluppo dalle infrastrutture per la banda ultralarga, ma con il Piano strategico nazionale Banda Ultra Larga

⁵ Le reti TEN-T sono un insieme di infrastrutture lineari (ferroviarie, stradali e fluviali) e puntuali (nodi urbani, porti, interporti e aeroporti) considerate rilevanti a livello comunitario e la Core Network è costituita dai nodi urbani a maggiore densità abitativa, dai nodi intermodali di maggiore rilevanza e dalle relative connessioni. (MIT)



La rete di trasporto veneta è interessata da nuovi progetti



Il turismo è sempre più digitale

(BUL) si intende recuperare il gap e portare la banda ultralarga all'intero territorio nazionale entro il 2020. Per il Veneto il BUL si traduce in un investimento pubblico nelle aree bianche, dove cioè gli operatori di telecomunicazioni non hanno interesse a intervenire, di circa 400 milioni di euro. Nel 2017 il 47,5% delle unità immobiliari in Veneto è raggiunto dalla banda ultralarga, sotto la media nazionale (52,4%), ma la situazione sta evolvendo rapidamente: già alla fine del 2018 si immagina di portare la banda ultralarga al 69% delle abitazioni e nel 2020 di raggiungere la copertura totale.

L'Amministrazione Regionale, inoltre, intende proseguire con il progetto "Veneto free Wi-Fi" di diffusione e potenziamento della connettività wireless nei luoghi pubblici: al precedente investimento di 3,7 milioni di euro, l'Agenda Digitale del Veneto 2020 mette a disposizione ulteriori 2,18 milioni di euro per estendere il wi-fi pubblico anche ai comuni non ancora coinvolti e per contribuire alla manutenzione del servizio nei comuni che lo hanno già attivato. Particolare attenzione verrà posta, coerentemente con le iniziative nazionali, alle località a vocazione turistica e culturale.

La ricchezza creata dal sistema turistico...

In Veneto, come dimostrano i numeri, la domanda di turismo è crescente e l'offerta non manca, tanto da dare un contributo notevole alla crescita del sistema economico. Tuttavia malgrado si parli molto di tale rilevanza, risulta difficoltoso misurare l'entità dell'impatto economico. Quello del turismo è un settore ampio e articolato, i cui confini non sono sempre ben definiti. Il mercato turistico offre al consumatore-turista un insieme di prodotti e servizi, singoli o aggregati, che molto spesso trovano origine in industrie diverse e intersecate tra loro per cui oltre all'effetto economico diretto⁶ vi è quello indiretto⁷ e quello indotto⁸.

Secondo le stime del World Travel & Tourism Council la ricchezza creata complessivamente nel 2017 del comparto "viaggi e turismo" è stata di 8.272 miliardi di dollari, il 10,4% del PIL globale.

Per l'Italia le stime sono varie: dai 223 miliardi di euro stimati dal World Travel & Tourism Council, corrispondente al 13,1% del PIL complessivo ai 103,6 miliardi di euro stimati da Ciset-Irpet.

In Veneto le differenti metodologie di calcolo portano a stime di aggregati diversi: 17 miliardi di fatturato (ipotesi Ciset) e 23 miliardi di valore aggiunto (ipotesi Uniocamere Emilia Romagna).

Volendo dare un quadro sintetico di una filiera turistica "parziale" generata dalle unità produttive venete⁹, sono state selezionate le unità giuridico-economiche del Veneto, definite "core", con attività prevalentemente finalizzata ad attrarre e soddisfare i bisogni espressi dai turisti al fine di ottenere un ritorno economico in termini di profitto, come le attività di alloggio di tutti i tipi, le agenzie di viaggio, tour-operator e servizi turistici, i trasporti aerei di passeggeri, le attività di ristorazione. Si suppone che la quasi totalità degli utenti di queste imprese di servizio siano

A livello mondiale il turismo contribuisce complessivamente al 10,4% del PIL



In Veneto sono diversi i metodi per il calcolo del contributo economico del turismo



⁶ Il contributo diretto generato dall'industria turistica comprende - alberghi, agenzie di viaggi, compagnie aeree, altri servizi di trasporto passeggeri (esclusi i servizi strettamente legati ai pendolari), altre strutture come ristoranti e affini e strutture di svago toccate direttamente dal turismo, spesa pubblica rivolta direttamente ai turisti (per musei, per parchi naturali,...) - Definizione UNWTO.


⁷ Il contributo indiretto è composto dagli investimenti (come la costruzione di un nuovo hotel), la spesa pubblica rivolta alla collettività (marketing territoriale, servizi di sicurezza o sanitarie nelle aree turistiche, ...), gli acquisti del settore di beni e servizi rivolti al turista (alimenti e servizi pulizia in albergo, carburante per gli aerei, ...) - Definizione UNWTO.

⁸ l'incremento di valore aggiunto connesso all'aumento di reddito di cui sono beneficiari coloro che hanno prodotto gli effetti diretti e indiretti


⁹ che non vuole essere esaustiva dell'intero sistema, ma permette di avere maggiori informazioni sull'aspetto economico generato dal turismo

Analisi del sistema turistico del Veneto


l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale




L'aggregato turistico analizzato è composto da 68 mila unità produttive



Nel triennio 2013-2015 il fatturato cresce mediamente del +3,2%



Oltre 3 miliardi di fatturato per le imprese venete dell'ospitalità



L'enogastronomia veneta assaporata in vacanza dagli stranieri viene richiesta anche in patria

turisti. Successivamente, è stata costruita una seconda fascia di attività, definite "collegate", strettamente connesse al turismo, i cui destinatari però non si possono definire al 100% turisti in quanto i servizi sono fruiti anche dai residenti: musei ed altre attività culturali, esercizi di somministrazione di alimentari e bevande, affitto e gestione di immobili, trasporto passeggeri per vie d'acqua interne, il trasporto ferroviario di passeggeri, il noleggio di autoveicoli, i servizi di organizzazione di fiere e congressi, le attività creative, artistiche e di intrattenimento¹⁰.

Le unità produttive venete dell'aggregato turistico così definito nel 2015 sono 68 mila e pesano per il 10,4% della corrispondente filiera turistica nazionale; esse continuano a trainare l'economia regionale e le performance economiche del settore risultano in sensibile crescita: nel triennio 2013-2015 il fatturato delle imprese venete del settore cresce mediamente del +3,2%, performance più elevata rispetto ai ritmi dell'intero settore privato regionale¹¹.

Il fatturato generato dalle attività produttive venete dell'aggregato turistico considerato è pari a 15 miliardi di euro nel 2015 e pesa per il 9,8% del fatturato totale italiano del settore: l'evidente rilevanza dell'economia veneta sul totale nazionale in relazione al fatturato è chiaramente spiegata dalla forte vocazione turistica che caratterizza il Veneto, prima regione italiana per numero di presenze. Il buono stato di salute del settore turistico regionale viene confermato anche dai risultati del valore aggiunto generato dalle unità produttive considerate, che cresce a una media annua del +2%.

Volendo analizzare le sole imprese che hanno offerto ospitalità turistica¹², osserviamo che nel 2015 hanno realizzato un fatturato che sfonda abbondantemente il tetto dei 3 miliardi di euro e che ha generato un valore aggiunto complessivo che si attesta sui 1,5 miliardi di euro. Buona parte di questa ricchezza viene prodotta dal comparto alberghiero: a fronte del 49,7% delle presenze turistiche, le strutture alberghiere producono il 66,7% del fatturato complessivo e impiegano quasi i 2/3 della forza lavoro delle strutture che si occupano dell'ospitalità veneta.

Per il complesso delle attività ricettive, il valore aggiunto per addetto, ossia l'indicatore che rappresenta la produttività nominale del lavoro, ammonta a quasi 36 mila euro.

L'extralberghiero ha una produttività media più alta, si aggira attorno ai 47 mila euro, a fronte dei 33 mila euro delle strutture alberghiere, ma gli alberghi registrano valori mediani più elevati

I livelli di produttività, oltre che alla classe dimensionale della struttura ricettiva, sono fortemente legati all'appartenenza a gruppi d'impresa: un esercizio ricettivo inserito in un gruppo beneficia di una dimensione aggregativa superiore che facilita l'efficienza organizzativa attraverso la condivisione di risorse e strategie, rendendolo più competitivo.

...Anche dall'export

È noto il legame tra il turismo e il commercio estero: chi ha assaporato in loco la nostra enogastronomia e ha effettuato acquisti di prodotti di qualità ne sarà poi testimone nel proprio Paese. Non è quindi un caso che sia il commercio estero che il turismo abbiano conosciuto una crescita parallela negli ultimi anni: approfondendo questo legame tramite, una tecnica statistica multivariata, è stato possibile identificare i gruppi di paesi con comportamenti simili nel tempo, sia nell'acquisto di prodotti

¹⁰ Non sono state considerate le attività commerciali, nell'impossibilità di determinare univocamente le categorie merceologiche definite "turistiche".

¹¹ Nell'archivio considerato (Istat Frame SBS) non sono presenti i settori dell'agricoltura e delle attività finanziarie.

¹² Esercizi alberghieri ed extralberghieri. Informazioni ottenute integrando gli archivi statistici relativi alle imprese e ai flussi turistici

agroalimentari veneti sia nelle presenze turistiche. Da questa analisi emerge che circa la metà dei paesi considerati ha ancora un basso peso sia nell'acquisto di beni sia nelle presenze, ma presenta ottime prospettive di crescita; sono inoltre presenti nove paesi con crescita stagnanti e bassa rappresentatività sia nell'export agroalimentare sia nel turismo. La Germania può essere considerata un mercato consolidato sia per il valore dell'export sia per la parte turismo e quindi "maturo", mentre la Cina è il paese che presenta delle prospettive di crescita decisamente più interessanti.

Sempre in ambito enogastronomico, risulta curioso inoltre confrontare i mercati dell'export di un prodotto tipico veneto, il Prosecco Superiore Docg, con i Paesi di provenienza dei turisti stranieri che visitano la zona. Le colline di Valdobbiadene e Conegliano, soprattutto negli ultimi anni, ha mostrato un'attrattiva turistica in forte crescita. I turisti provengono principalmente dall'Italia (58,6%), ma anche da Germania (7,6%) e Austria (6,5%) e prediligono soprattutto l'offerta alberghiera (71%). Gli ospiti permangono nella zona mediamente 2,4 notti e durante il soggiorno hanno la possibilità di acquistare il Prosecco direttamente dalle cantine, che generalmente propongono anche la visita della cantina stessa (86% dei casi), la visita del vigneto (circa 63%), la degustazione dei vini di produzione (78%).

In un quadro che dal 2003 al 2016 vede un volume delle esportazioni quasi quadruplicato e un numero di turisti stranieri raddoppiato, si possono individuare tre tipologie di mercati: gli importatori tradizionali, nei quali il prosecco Docg ha un più antico radicamento; gli importatori strategici, che hanno aumentato in maniera accelerata le importazioni di Spumante; i nuovi importatori che includono alcuni mercati di piccola dimensione ma che hanno contribuito alla crescita delle esportazioni del settore.

Si evidenzia come la Germania svetti in prima posizione per import in quanto nel 2016 è la destinazione del 20,7% delle esportazioni di Prosecco Superiore Docg, ma nello stesso tempo è la provenienza del 17,3% degli arrivi di turisti stranieri che hanno scelto la zona delle colline di Valdobbiadene e Conegliano per trascorrervi un soggiorno. Tra i mercati strategici spiccano il Regno Unito e il Benelux - Paesi Bassi, Belgio e Lussemburgo - tra i mercati nuovi si evidenzia l'Australia e la Scandinavia.

Il prosecco attrae turismo e induce l'export



Gli effetti su popolazione e territorio...

Il turismo provoca inevitabilmente nel luogo di destinazione delle trasformazioni economiche e territoriali, ma anche di tipo sociale e culturale. In generale, per impatto socio-culturale del turismo si intende l'insieme degli effetti, diretti o indiretti, dei flussi turistici sulle comunità ospitanti. Anche in questo caso, come per quanto riguarda l'impatto economico, gli effetti sono diversi e non sempre facilmente misurabili; impatti positivi o negativi che dipendono molto dalla tipologia di turismo (più o meno intensivo, ancora esplorativo o di massa standardizzato), dal coinvolgimento della popolazione nell'attività turistica, dal livello di saturazione del territorio, dalla coesione culturale e sociale della comunità che accoglie, ma soprattutto dalla capacità di creare un turismo "buono" per la comunità e il territorio, governato attraverso processi sostenibili e responsabili.

L'arrivo di turisti comporta un aumento delle persone che utilizzano il territorio in un determinato periodo, modificando la domanda di servizi e, di conseguenza, la qualità delle prestazioni offerte. A livello territoriale l'impatto del turismo può generare problemi nella gestione dei servizi che richiedono di essere rafforzati nel momento in cui il numero di utilizzatori aumenta sensibilmente. Non solo, esistono dei limiti dati dalla capacità di carico del territorio che non possono essere superati e dei quali bisogna tenere conto nella progettazione e nel governo dello sviluppo

Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale



In Veneto circa 46 turisti al giorno ogni 1.000 abitanti

del turismo.

Conoscere la pressione del turismo sul territorio e sulla popolazione nei diversi periodi dell'anno è fondamentale per definire strategie atte a evitare la saturazione di alcuni servizi e situazioni di sovraffollamento turistico, al fine di salvaguardare sia la soddisfazione dei turisti che il livello di qualità di vita degli abitanti.

Il Veneto è la prima regione in Italia per afflussi turistici, con elevati livelli di presenze e arrivi rispetto alla popolazione residente. Considerando i turisti giornalieri e quelli che pernottano in una delle strutture turistiche della regione, si contano mediamente 46 turisti per 1.000 abitanti al giorno, valore che sale a 103 ad agosto, il mese di maggiore affluenza turistica.

Mettendo in relazione i flussi turistici sia con il territorio che con la popolazione residente, si ottiene il numero di persone che complessivamente insistono ogni giorno sull'area. È un indicatore che meglio della sola densità di popolazione misura la pressione sul territorio e il carico per determinati servizi. Sommando la presenza dei turisti a quella dei residenti, in certi periodi dell'anno si verifica che la pressione sul territorio raggiunge anche le 292 persone per kmq, quando per il solo effetto dei residenti è di 211 abitanti per kmq.

L'impatto del turismo sulla popolazione è più intenso nei comprensori "balneare" e "lago", molto al di sopra della media regionale. Inoltre, sono zone soggette a fluttuazioni turistiche non di poco conto, che richiedono una certa reattività e flessibilità da parte del territorio e della comunità: nel mese di agosto la presenza turistica si impenna e i turisti sono addirittura di più della popolazione, anche il 30% in più nelle zone costiere (1.043 turisti al giorno ogni 1.000 abitanti al "lago", 1.296 al "mare"). Alcune località di mare, come San Michele al Tagliamento e Cavallino Treporti, nel mese di agosto devono gestire un numero di turisti che è quasi 5 volte quello dei residenti.



In agosto, al mare e al lago i turisti sono di più degli abitanti

Nelle zone termali i flussi turistici sono maggiormente distribuiti durante l'anno e la pressione sulla popolazione varia da una media annua di 138 turisti per 1.000 abitanti al valore massimo di 183 nel mese di ottobre. In montagna l'impatto del turismo sulla popolazione si mantiene a livelli inferiori (mediamente 46 presenze ogni 1.000 residenti nell'anno), anche nei mesi di massima affluenza turistica (138). Le città d'arte nell'insieme richiamano il 33% delle presenze turistiche in Veneto, ma il turismo impatta meno sulla popolazione perché sono zone molto abitate: ogni 1.000 residenti arrivano circa 15 turisti ogni giorno, dato che si mantiene abbastanza stabile nei diversi mesi dell'anno.

Se, da un lato, la pressione del turismo sulle comunità ospitanti può creare in qualche periodo dell'anno un effetto "fastidio", dall'altro crea beneficio attraverso la creazione di posti di lavoro. Nel 2017 in Veneto si possono contare circa 112.400 occupati nei settori turistici precedentemente definiti "core" (alberghi, strutture ricettive, ristoranti, agenzie di viaggio, tour operator, trasporto aereo e marittimo di passeggeri), che salgono a 190mila se consideriamo anche le attività strettamente collegate al turismo (gestione degli affitti, attività dei musei e di altre strutture di divertimento, trasporti e bar).

Il lavoro turistico è meno stabile della media, si contano più tempi determinati e più lavori in part time, ma è la tipologia dell'orario che caratterizza il settore turistico: maggiore è la percentuale di occupati che lavorano durante il week end, di sera e di notte.

Le continue evoluzioni del settore impongono agli operatori di adattarsi alle nuove esigenze e garantire al turista esperienze sempre più personalizzate anche grazie alle nuove tecnologie. In questo contesto anche il mondo della scuola deve garantire la formazione di giovani che sappiano stare al passo con i cambiamenti. Dopo i percorsi professionali e tecnici ad indirizzo turistico delle



Occupati nel turismo in aumento con più tempi determinati e part-time rispetto alla media

scuole superiori, i ragazzi possono scegliere un percorso universitario, con i corsi di laurea offerti degli Atenei veneti, oppure possono continuare con la formazione terziaria professionalizzante che si svolge attraverso gli Istituti Tecnici Superiori e conseguire il diploma in Tecnico superiore per la gestione delle strutture e servizi turistici e Tecnico superiore per la gestione di imprese e servizi ristorativi.

...e sull'ambiente

Esiste un delicato equilibrio tra turismo, popolazione residente, ambiente naturale, identità e tradizioni culturali, che può essere disturbato da un turismo di massa e traffico, se non viene fatta attenzione alla qualità dello sviluppo e alle conseguenze di un eventuale degrado ambientale e sociale. Un eccesso di turismo potrebbe causare sul piano ambientale danni in zone ecologicamente sensibili, alti consumi di risorse naturali, incremento dell'inquinamento, deterioramento del patrimonio artistico, può contribuire all'appiattimento culturale, alla perdita delle tradizioni locali e a gravi squilibri socio-economici. D'altro canto la scarsità di turismo può portare all'impoverimento di un'area e alla riduzione delle risorse finanziarie e dell'interesse per migliorarla e conservarne il patrimonio ambientale e culturale. Valutare l'impatto ambientale del turismo non è operazione semplice per l'insufficienza di dati in materia, ma si è studiato come il fenomeno possa modificare la domanda di utilities, attraverso la sua influenza sulla produzione di rifiuti urbani e sul consumo di acqua ad uso potabile.

Osservando l'incidenza percentuale che il turismo crea sulla produzione complessiva di rifiuti emerge che la presenza turistica fa accrescere mediamente di 15/16 kg l'anno la produzione per abitante e risulta Venezia la provincia col maggiore carico di rifiuti derivante dalle presenze turistiche, incidendo queste per l'11% sul totale; a seguire troviamo Belluno con il 5,3% e Verona con il 4,9% a fronte di una media regionale del 3,7%.

Sul fronte dell'acqua ad uso potabile la situazione è piuttosto eterogenea: Belluno e Verona, province ricche di zone di interesse turistico, sono un po' al di sopra della media del Veneto, con +5,1 e +4,7% di incidenza del turismo sui consumi di acqua, mentre le altre città si mantengono decisamente più basse.

Un discorso a parte va fatto per Venezia che concentra la maggiore presenza turistica e la cui incidenza sui consumi di acqua ad uso potabile tocca infatti il +11%. A livello comunale, sia per quanto riguarda i rifiuti che per l'acqua, troviamo i maggiori impatti dovuti al turismo nelle zone a ridosso del lago di Garda, della zona prealpina del Vicentino, di quella montana di Belluno e della costa attorno a Venezia.

Anche i flussi del traffico stradale sono correlati con le stagioni turistiche ed è interessante quindi analizzare la stagionalità dell'incidentalità stradale nei comprensori turistici della regione, anche in considerazione dei rilevanti costi sociali del fenomeno. Le serie storiche mensili degli incidenti occorsi nelle strade dei diversi comprensori mostrano distinti effetti sulla numerosità degli incidenti stradali, piuttosto evidenti in alcuni, come per i comprensori balneare e lago, e meno in altri, come nel comprensorio città d'arte che, comprendendo i capoluoghi della regione, sono in minore misura soggetti e fluttuazioni stagionali di traffico.

Le presenze turistiche accrescono di 15/16kg/ab anno i rifiuti prodotti ...



... e del 3,7% i consumi di acqua

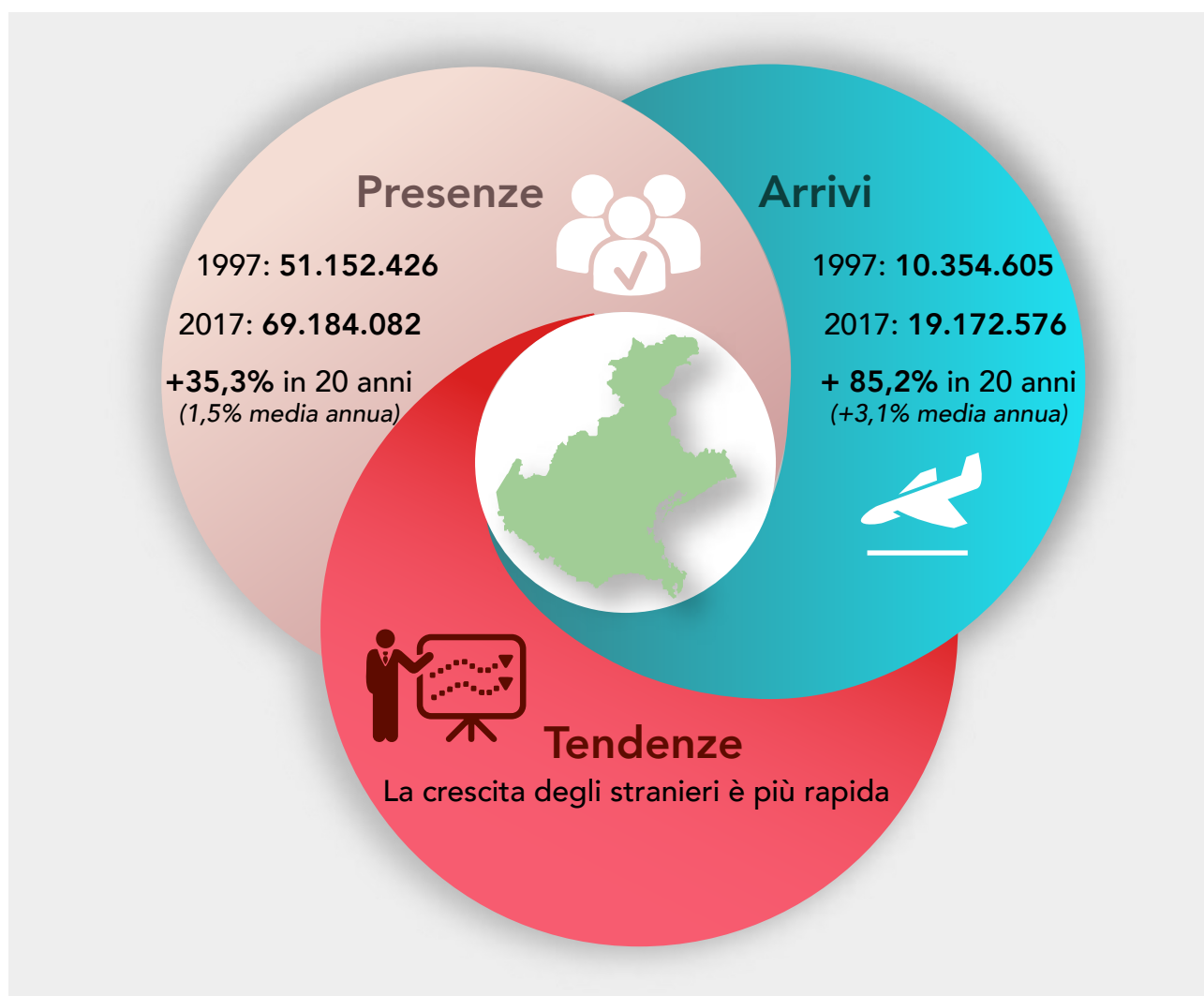


Forte stagionalità degli incidenti nel comprensorio balneare



Analisi del sistema turistico del Veneto: l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

1





Cap.1 - Il contesto

Negli ultimi sessant'anni il turismo ha fatto registrare tassi di crescita talmente elevati da diventare una delle industrie più rilevanti del mondo. Come la stessa Organizzazione Mondiale del Turismo (UNWTO) fa notare, nel corso degli anni sempre più destinazioni e Paesi si sono aperti al turismo e hanno investito nel suo sviluppo, trasformando il moderno viaggio in un fattore chiave del progresso economico.

Nel mondo nel 2012 è stato superato per la prima volta il miliardo di arrivi di turisti internazionali, se ne stimano 1.134 milioni per il 2014, 1.186 milioni per il 2015 e 1.235 milioni per il 2016 (+3,9% rispetto al 2015), la previsione di raggiungere 1,9 miliardi di arrivi internazionali nell'anno 2030.

Nel 2015 l'UNWTO stimava l'incidenza del comparto in circa il 9,0% del PIL mondiale; nel 2016 tale incidenza è salita a circa il 10,0%. Ovviamente in tale stima si considerano sia gli effetti diretti (quelli generati nei settori dove la spesa turistica viene rivolta) che quelli indiretti (l'attivazione dei settori "a monte" della filiera turistica) e quelli indotti (l'attivazione dovuta ai redditi prodotti dal turismo).

In termini occupazionali l'impatto del turismo corrisponde ad una incidenza grosso modo equivalente a quella riscontrata sul PIL: 1 posto di lavoro su 10 è direttamente o indirettamente attribuibile al turismo; tale incidenza era 1 su 11 l'anno precedente. Anche l'incidenza del turismo sul commercio internazionale è di assoluto rilievo, pari a circa il 7% sull'export mondiale; era circa il 6% l'anno precedente.

L'Europa si conferma il primo continente al mondo per numero di arrivi internazionali (51,2% dell'intero pianeta), contando principalmente su tre punti di forza: il patrimonio culturale, la varietà del paesaggio, la qualità dell'offerta¹.

Contando anche i turisti che visitano le località del proprio Paese², emerge il ruolo fondamentale svolto dalle 4 nazioni maggiormente turistiche: Spagna, Francia, Italia, Germania e Regno Unito totalizzano il 64% dei pernottamenti effettuati dai turisti nell'intera Unione Europea. Si evidenzia una rapida crescita dei flussi turistici diretti verso la Spagna, destinazione che nel 2011 riconquista un secondo posto e nel 2015 giunge in cima della top5 europea. All'Italia spetta il terzo posto, a breve distanza dall'altro storico competitor, la Francia. L'Italia appare, invece, al secondo posto sul fronte del turismo internazionale grazie alle ragguardevoli cifre raggiunte in termini sia di arrivi (quasi 57 milioni) che di presenze (quasi 200 milioni).

Ma come si inquadra il Veneto nel panorama europeo?

Nel 2016³, quanto ad arrivi di turisti, il Veneto si colloca in 4° posizione tra le circa 300 regioni europee dopo Île de France, Catalogna e Andalusia.

Un confronto tra regioni europee sul numero di pernottamenti, porta il Veneto in 7° posizione, preceduta perlopiù da regioni balneari spagnole e croate, caratterizzate da soggiorni mediamente più lunghi. In Veneto i soggiorni sono più brevi proprio per la poliedricità dell'offerta che a fianco della vacanza al mare, propone soggiorni in montagna, alle terme, al lago di Garda, in città d'arte famose in tutto il mondo, ecc. Nel 2017 il 54,4% dei turisti che giunge in Veneto sceglie come destinazione proprio una città d'arte, dove la permanenza è di sole 2,2 notti,

¹ Fino a qui i dati sono di fonte UNWTO, gli unici che permettono un confronto dei Paesi di tutto il mondo tramite gli arrivi di turisti internazionali. Si contano solo coloro che visitano e pernottano in uno stato straniero, escludendo i soggiorni dei residenti. Si tratta di una voce importante per l'economia, in quanto il turismo estero porta in un sistema economico ricchezza sotto forma di spesa aggiuntiva sul territorio.

² Dati di fonte Eurostat.

³ I dati del Veneto sono disponibili a tutto il 2017, mentre per gli altri Paesi bisogna fermarsi al 2016, quindi per uniformità questo livello di analisi si è realizzato al 2016.

1.235 miliardi di arrivi turistici nel mondo



L'Europa è il primo continente al mondo per arrivi internazionali



Il Veneto è la 4° regione europea per arrivi turistici



Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

mentre il soggiorno più lungo, trascorso per l'appunto nel comprensorio balneare (6,3 notti), è scelto dal 21,5% dei turisti.

Tab. 1.1 - Graduatoria delle regioni europee per presenze turistiche - Anno 2016

		Presenze (milioni)	Arrivi (milioni)	Permanenza media (notti)	Variazione % 2016/15	
					Presenze	Arrivi
1°	Canarie	102,7	13,4	7,7	9,2	9,1
2°	Catalogna	79,8	24,0	3,3	5,7	7,9
3°	Croazia adriatica	74,2	13,5	5,5	8,9	8,9
4°	Île de France	71,2	34,1	2,1	-7,3	-4,4
5°	Baleari	69,9	11,6	6,0	7,2	12,0
6°	Andalusia	66,2	21,3	3,1	7,8	7,8
7°	Veneto	65,4	17,9	3,7	3,4	3,5
10°	Trentino A.A.	48,2	11,0	4,4	6,0	7,4

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Eurostat

Sicuramente sono due i fattori che hanno contribuito a questo risultato: la morfologia e ricchezza culturale del territorio e la competenza degli operatori di settore che propongono un'offerta turistica unica, variegata, di qualità e valorizzata da iniziative sempre allettanti ed innovative.

La natura in Veneto è stata generosa: in una superficie complessiva di 18.407 kmq che si attraversa in 3-4 ore d'auto il turista trova oltre 100 Km di spiagge, montagne magnifiche, con almeno 125 cime che superano i 3.000 metri d'altezza, accessibili attraverso 902 sentieri alpini⁴, 5 Parchi Regionali, a cui si aggiunge il Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi, un bacino lacuale navigabile di 370 kmq, il Garda, due sistemi termali, un'affascinante pianura solcata da fiumi e canali, il delta del fiume Po e la laguna, ricchissimi di flora e fauna rare e caratterizzate da aspetti geomorfologici unici.

A questa straordinaria varietà di paesaggio naturale si deve aggiungere quello antropico, ma trasformato dall'uomo in opere di singolare bellezza: le città d'arte, ma anche i borghi, le abbazie, i castelli, le quasi 4.000 ville venete, di cui 857 aperte al pubblico che sorgono tra collina e pianura.

Per le analisi relative ai dati sul turismo si suole considerare 5 comprensori territoriali: quello balneare che comprende gli 8 comuni sulla costa, più la parte Lido del comune di Venezia, tra i 571 comuni del Veneto; quello montano che conta 88 comuni tra le province di Belluno, Verona e Vicenza; quello lacuale con 15 comuni attorno al Lago di Garda; quello termale che ne raggruppa 8 e infine il comprensorio città d'arte che raccoglie i rimanenti 452 comuni per la presenza di arte e storia in tutti i comuni veneti non fortemente caratterizzati da particolarità geografiche.

Terra di grande fascino, storia e cultura, il Veneto raccoglie addirittura 7 dei 54 siti italiani riconosciuti dall'Unesco quali patrimonio dell'umanità: Venezia e la sua Laguna, l'Orto Botanico di Padova, la città di Vicenza e le ville di Palladio nel Veneto, la città di Verona, le Dolomiti, i Siti palafitticoli preistorici attorno alle Alpi e le Opere di difesa veneziane tra XVI e XVII secolo: Stato da Terra-Stato da Mar occidentale con la Fortezza di Peschiera.

⁴ Dall'elenco della Regione del Veneto - Dgr n. 952 del 22 giugno 2016.



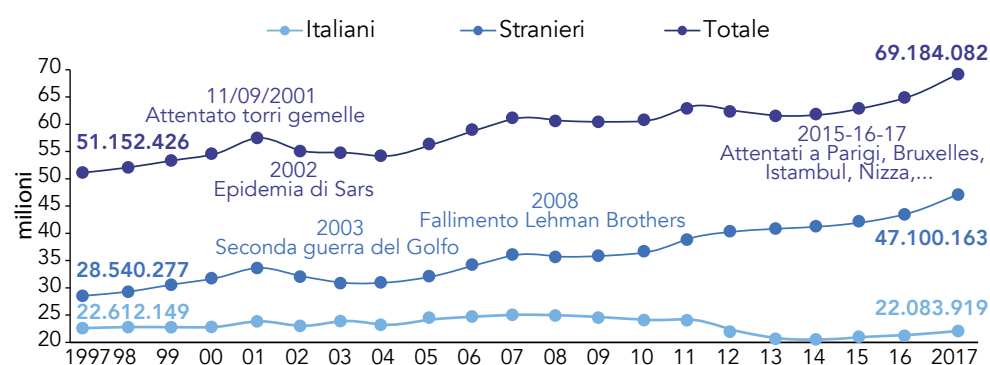
In Veneto sono presenti 315 istituti museali, per la quasi totalità dei casi musei, gallerie o raccolte (290), a cui si aggiungono 22 complessi monumentali e 3 aree archeologiche. La diffusione sul territorio di tali istituti museali è notevole: in Veneto, così come in Italia, quasi un comune su tre ospita almeno una struttura.

Se a tutto ciò si aggiunge una eccellente enogastronomia e l'abilità di investire in qualità, valorizzando l'offerta con proposte sempre innovative, sapendo soddisfare nel migliore dei modi gli ospiti, in cerca di nuove esperienze, si può comprendere come questa regione sia la prima in Italia per flussi turistici.

E proprio per regalare emozioni nuove, tra le molteplici iniziative, va ricordata la più fantasiosa: il Veneto ha dato la possibilità di ospitare i turisti in vere e proprie casette sugli alberi, in alloggi ricavati dalle botti di vino, e a breve anche in alloggi galleggianti, su palafitte o in grotte, tutte forme di turismo già diffuse in Europa.

L'analisi della varietà e la ricchezza dell'offerta del territorio verranno sviluppate nei successivi capitoli di questo Rapporto, qui si vuole dare una prima sintetica informazione sulla capacità di attrazione del Veneto sulla base del grande patrimonio informativo della banca dati regionale che raccoglie la movimentazione turistica da oltre 20 anni.

Fig.1.1 - Presenze di turisti (milioni). Veneto - Anni 1997:2017



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

Dai circa 10 milioni di arrivi turistici totali nel 1997 si è giunti agli oltre 19 milioni nel 2017, registrando un aumento dell'85,2% in 20 anni, pari ad una crescita media annua del 3,2%. Le presenze turistiche totali sono passate dai 51 milioni del 1997 agli oltre 69 milioni del 2017, + 35,3%, pari ad una crescita media annua dell'1,5%. Sono stati anni caratterizzati da diversi fattori destabilizzanti che hanno rischiato di mettere in crisi il settore dei viaggi: dagli attentati terroristici, alle tensioni geopolitiche in medio Oriente, alle profonde crisi economiche che hanno influenzato il comportamento dei consumatori.

Lo sviluppo del settore è stato frenato in Veneto, soprattutto per la componente straniera, dal clima di insicurezza e paura generato dal terribile attentato alle Torri Gemelle l'11 settembre del 2001, dagli atteggiamenti di prudenza dovuti all'epidemia di Sars del 2002, fino alla crisi finanziaria del 2008, esplosa dal "fallimento Lehman Brothers" nel 2008 e la successiva recessione.

I turisti italiani si sono mostrati particolarmente sensibili alla difficile situazione economica del Paese negli anni 2008-2009 quando la perdita del PIL nazionale fu nell'ordine del 6,5% rispetto all'anno pre-crisi 2007 e negli anni 2012-2013, durante i quali il calo del PIL rispetto al 2007 fu dell'8,7%, in termini reali.

Non si è registrato, invece, nessun effetto negativo in Veneto dopo i numerosi

Flussi turistici in continuo crescendo

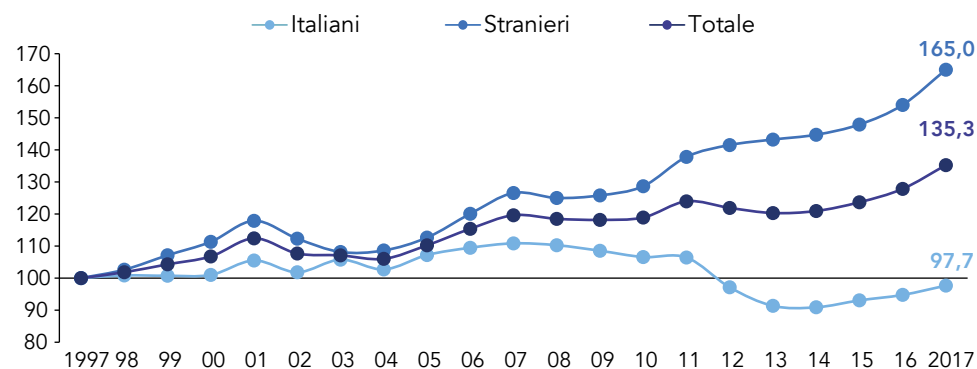


Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

attentati terroristici degli ultimi anni, a partire all'attentato alla sede di Charlie Hebdo a Parigi avvenuto il 7 gennaio 2015: dal 2015 al 2017 gli arrivi in Veneto sono aumentati del 11,1% e le presenze del 9,4%, con un'intensità ancora maggiore per gli stranieri che evidentemente considerano la nostra regione sicura e al riparo da attacchi (+11,6% sia arrivi che presenze).

Fig.1.2 - Numero indice (*) delle presenze di turisti (anno base = 1997). Veneto - Anni 1997:2017

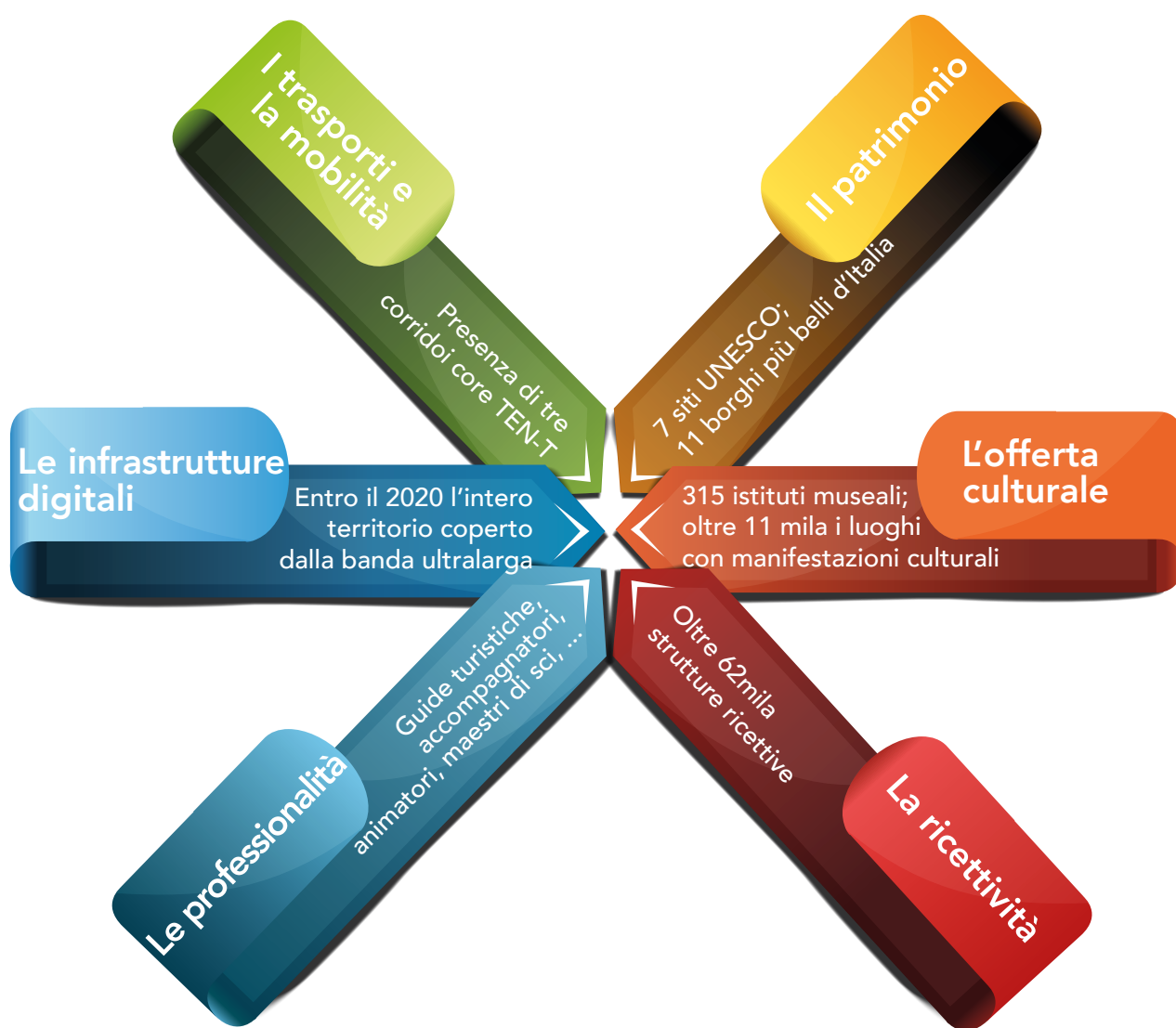


(*) Numero indice = (presenze anno t / presenze anno base) x 100

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

Analisi del sistema turistico del Veneto: l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

2



Cap.2 - L'offerta turistica del Veneto

Non basta avere paesaggi mozzafiato, mare pulito, monti spettacolari per richiamare flussi turistici, è necessario predisporre tutta una serie di servizi, spiccatamente ricettivi, ma anche ludici, ricreativi, sportivi, culturali, in grado di soddisfare le più diverse esigenze dell'ospite. La presenza di infrastrutture, l'accessibilità al territorio e la presenza di servizi rappresentano un notevole valore aggiunto nella capacità di attrarre turisti.

Nel capitolo che segue verranno descritte le principali tipologie di offerta turistica: quella infrastrutturale rappresentata principalmente dalle strutture ricettive e da quelle di trasporto, ma anche da quelle digitali; quella storico/naturalistica con la raccolta di dati sulle principali aree caratterizzate dalla morfologia del territorio, ma anche dalla presenza di siti storico-archeologico; quella culturale con le informazioni relative all'offerta di servizi legati al patrimonio artistico; infine quella legata alle figure professionali di accompagnamento al turista nelle visite e nelle attività sportive.

2.1 La ricettività

Il Veneto nel 2017 dispone di oltre 62mila strutture ricettive, di cui 2.985 alberghi, per un totale di oltre 750mila posti letto (215mila in strutture alberghiere). Dopo la provincia di Venezia, che spicca con circa la metà della ricettività veneta per un totale di 386mila posti letto, si evidenzia l'offerta delle province di Verona e di Belluno, la prima soprattutto per il comparto alberghiero, la seconda per quello extralberghiero. Si tenga presente che il processo di riclassificazione delle strutture venete, non appena terminato, modificherà tali statistiche fornendo una fotografia più aggiornata delle potenzialità dell'offerta ricettiva, con una classificazione conforme alla normativa regionale vigente (L.Reg. 11/2013). Questo processo avrà degli effetti non soltanto sulla classificazione alberghiera, ma anche sulla regolarizzazione delle strutture extralberghiere.

**Oltre 62mila
strutture ricettive**



Tab. 2.1.1 - Numero e densità di strutture ricettive per provincia. Veneto – Anno 2017

	Esercizi			Posti letto			Densità: esercizi per 100 Km ²		
	Alberg.	Extralb.	Totale	Alberg.	Extralb.	Totale	Alberg.	Extralb.	Totale
Belluno	408	10.841	11.249	19.331	68.533	87.864	11	295	306
Padova	242	1.470	1.712	27.322	9.900	37.222	11	69	80
Rovigo	60	2.492	2.552	3.164	28.365	31.529	3	137	140
Treviso	162	1.452	1.614	9.228	10.394	19.622	7	59	65
Venezia	1.188	31.572	32.760	97.868	288.531	386.399	48	1.277	1.325
Verona	663	8.774	9.437	45.229	108.955	154.184	21	283	305
Vicenza	262	3.359	3.621	13.114	20.911	34.025	10	123	133
Veneto	2.985	59.960	62.945	215.256	535.589	750.845	16	326	342

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale



Tab.2.1.2 - Numero e densità delle strutture ricettive per comprensorio. Veneto - Anno 2017

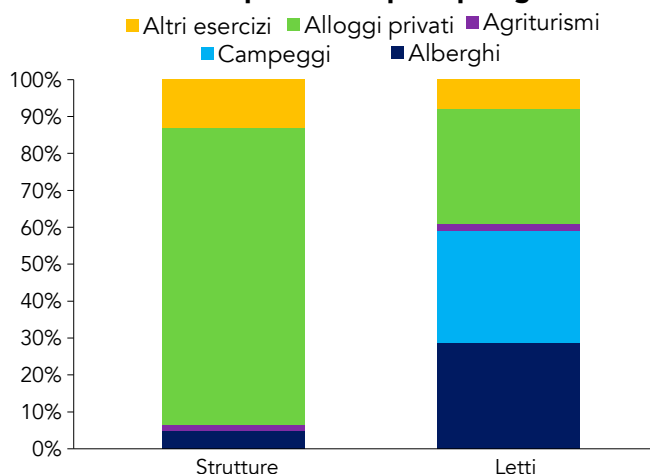
Comprensori	Esercizi			Posti letto			Densità: esercizi per 100 Km ²		
	Alberg.	Extralb.	Totale	Alberg.	Extralb.	Totale	Alberg.	Extralb.	Totale
Mare	707	27.258	27.965	62.826	275.931	338.757	77	2.965	3.042
Città d'arte	1.194	14.309	15.503	80.837	86.927	167.764	10	118	128
Lago	448	4.553	5.001	29.330	85.740	115.070	80	812	892
Montagna	510	13.570	14.080	23.537	84.181	107.718	11	293	304
Terme	126	270	396	18.726	2.810	21.536	69	147	215
Veneto	2.985	59.960	62.945	215.256	535.589	750.845	16	326	342

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

All'interno del settore alberghiero si nota la netta prevalenza delle strutture di media-bassa categoria, infatti gli alberghi a 1 e 2 stelle costituiscono il 28,8% e quelle a 3 stelle il 51%. Una buona quota dell'offerta è rappresentata dalla categoria a 4 stelle (18,5%), mentre esistono in tutta la regione solo 49 alberghi a 5 stelle che incidono per l'1,6% sul totale delle strutture alberghiere.

Tra le strutture extralberghiere gli alloggi in affitto costituiscono l'84,4% del totale, la categoria "altri esercizi" comprende B&B (4,6%), ostelli, case per ferie, rifugi, ecc. mentre residuale risulta l'incidenza degli agriturismi (1,5%) e dei campeggi (0,3%). L'importanza di quest'ultima tipologia si evidenzia quando si passa a considerare il potenziale dei posti letto: in questo caso a fianco del 43,5% degli alloggi privati vi sono proprio le strutture all'aperto con il 42,8%.

Fig. 2.1.1 - Strutture ricettive e posti letto per tipologia. Anno 2017



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

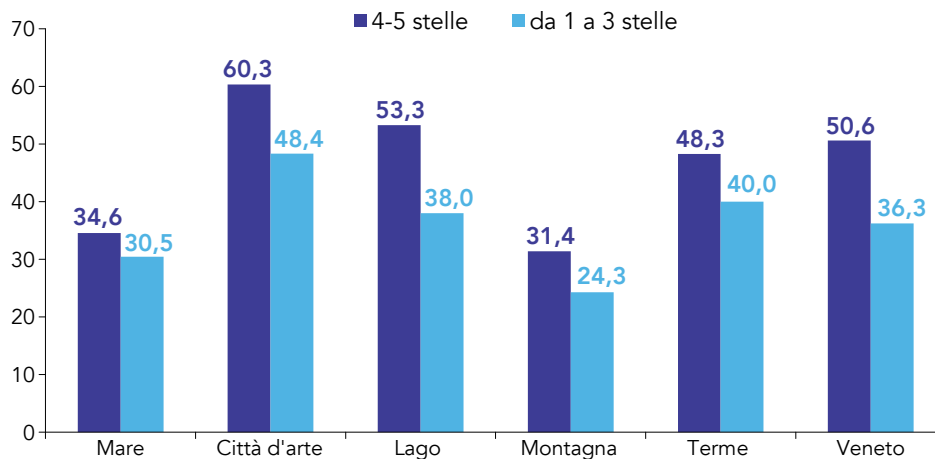
Nel corso dell'ultimo decennio, a fronte di una sostanziale stabilità dell'offerta alberghiera (+2,8% dei posti letto rispetto al 2007), si evidenzia una forte crescita dell'offerta di soluzioni alternative: i posti letto dei B&B ora sono circa 14mila (+62,7%), così come quelli degli agriturismi (grazie ad un +81,8%), mentre i campeggi giungono a 229mila (+45,1%).

Gli alberghi, tra tradizione e innovazione

Un indicatore di particolare interesse relativo all'offerta alberghiera, utile anche per valutare un investimento in una determinata zona, è rappresentato dall'indice di utilizzazione: una misura che rappresenta la probabilità che ha il generico letto di essere occupato da un cliente. Il massimo teorico è ottenibile seguendo due metodi differenti: si può infatti moltiplicare il numero di letti per i giorni dell'intero periodo considerato (utilizzo lordo), oppure moltiplicare gli stessi per il numero di giornate di apertura dichiarate dal conduttore dell'esercizio (utilizzo netto).

L'indice di utilizzazione lorda fornisce un'indicazione di massima dell'occupazione dei letti, nell'assunto che le strutture ricettive siano aperte tutto l'anno¹. Per costruzione questo indicatore risente della stagionalità: dov'è più marcata, come nelle località balneari e montane, i valori d'utilizzo risultano apparentemente bassi. Si evidenzia, però, un elemento che accomuna i cinque comprensori turistici: la maggiore utilizzazione lorda degli alberghi a categoria più elevata.

Fig. 2.1.2 - Indice di utilizzazione lorda delle strutture alberghiere per comprensorio (*). Anno 2017



(*) $\text{Indice di utilizzazione lorda} = (\text{Presenze} / (\text{Numero posti letto} * 365)) * 100$

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

Nel corso degli anni è evidente il processo di riqualificazione delle strutture, tutte tese ad offrire ai clienti un servizio sempre più di qualità e concorrenziale. E anche sul fronte della domanda, in 20 anni delle nostre statistiche sul turismo, in un quadro che nel complesso ha visto l'incremento nel settore alberghiero di 8 milioni di presenze, appare evidente la progressiva e inarrestabile attrattività esercitata dalle categorie medio-alte e viceversa il ridursi dello spazio lasciato dal mercato alle categorie basse. Si evidenziano risultati incoraggianti per le strutture di categoria più alta grazie ad un turismo di lusso che non conosce crisi: nell'ultimo decennio le presenze nei 5 stelle stanno crescendo in media all'anno del 3,6%, i 4 stelle del 3,9%, nel caso dei 3 stelle la situazione è stazionaria, mentre si registrano delle perdite per gli alberghi a 1 o 2 stelle (rispettivamente -6,4% e -3,8).

Al fine di valutare l'occupazione degli alberghi al netto delle chiusure stagionali, osserviamo l'indice di utilizzazione netta, e in particolare i valori assunti nei mesi di maggior afflusso. I valori medi regionali – luglio 76%, agosto 80,1% e settembre 62,5% - riassumono una situazione molto variabile: gli alberghi di località balneari

¹ L'indice è detto lordo, proprio perché al lordo dei periodi di chiusura.

Aumenta la ricerca di qualità

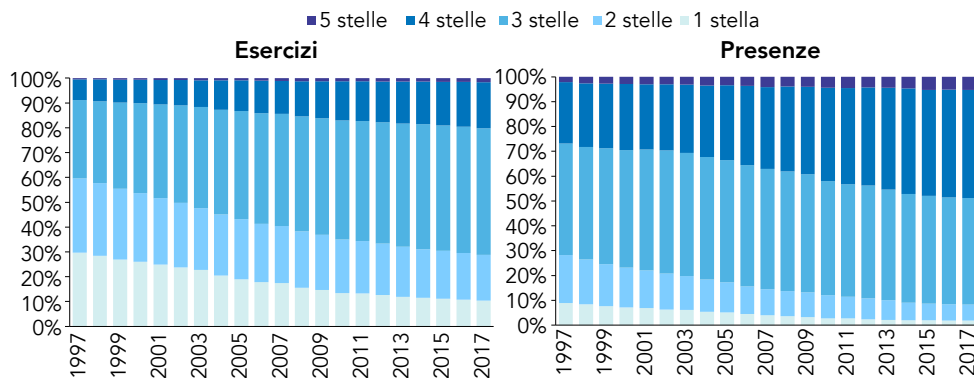


Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale



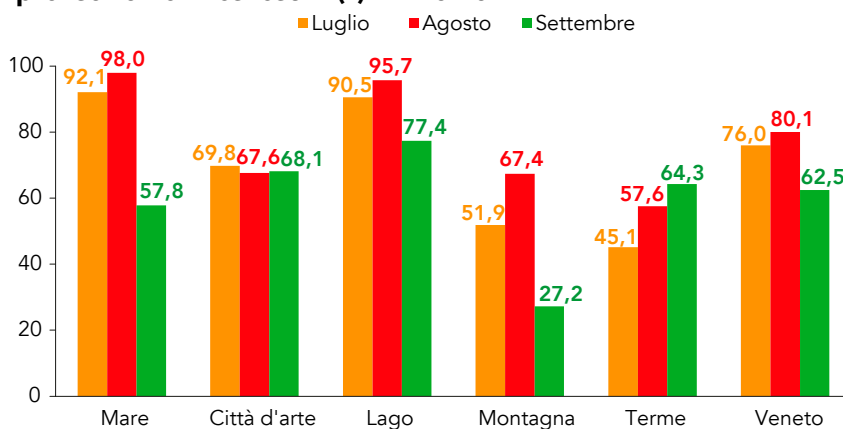
Fig. 2.1.3 - Distribuzione percentuale delle strutture e delle presenze per categoria alberghiera. Veneto - Anni 1997:2017



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat - Regione Veneto

e lacuali giungono in luglio-agosto quasi al tutto esaurito, mentre alle terme le strutture raggiungono l'occupazione massima in settembre, prossima al 65%, e in montagna ad agosto (67,4%). Anche per le città d'arte i livelli di utilizzazione più elevata ricadono nella stagione estiva, qui però i valori si mantengono superiori al 60% nell'intero periodo che va da aprile a ottobre.

Fig. 2.1.4 - Indice di utilizzazione netta delle strutture alberghiere per comprensorio nei mesi estivi (*). Anno 2017



(*). Indice di utilizzazione netta = (Presenze / giornate letto disponibili) * 100

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto



La proposta corre sul web



Parlare la stessa lingua

Considerato quanto la rivoluzione digitale stia cambiando le abitudini di tutti noi, influenzando pesantemente anche sulle modalità di scelta della destinazione dei viaggi, risulta indispensabile per le strutture ricettive proporsi ai possibili clienti valorizzando nel migliore dei modi la propria offerta. Nel caso del Veneto circa il 90% degli hotel possiede un sito internet, percentuale che varia molto in base alla categoria².

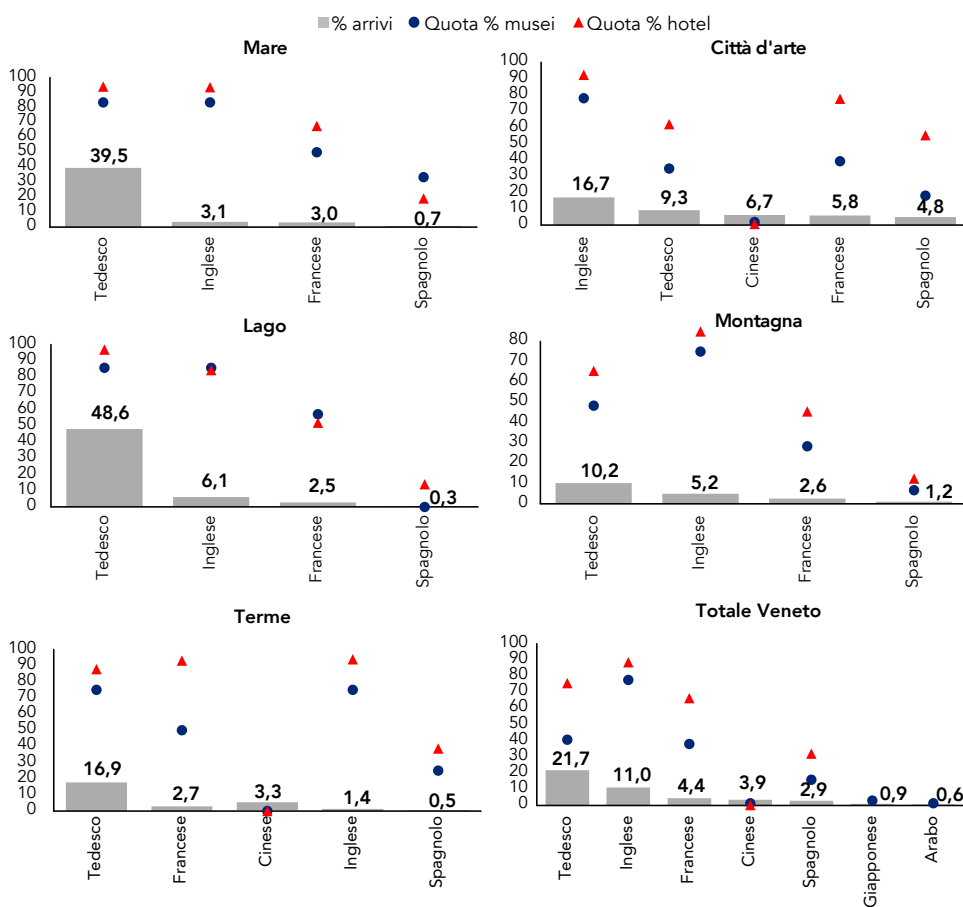
Una volta giunti a destinazione, nel sistema di accoglienza risulta di fondamentale importanza la comunicazione, il poter fornire e ricevere indicazioni, suggerimenti,

² Dati parziali e provvisori

idee. Ma la lingua con cui le informazioni sono disponibili rispecchia le esigenze del pubblico?

Risulta interessante indagare su come la conoscenza delle lingue straniere del personale che presta servizio presso le strutture alberghiere e museali venete, si compenetri con le esigenze degli utenti che frequentano le diverse località. Nella figura, per ciascuno dei cinque comprensori turistici veneti di destinazione, sono state evidenziate le lingue maggiormente diffuse tra i turisti stranieri³ ed è stato calcolato il peso sul numero complessivo degli ospiti.

Fig. 2.1.5 - La lingua parlata dai turisti: quota % sul totale arrivi e quota % di musei e di strutture alberghiere del territorio visitato che offrono informazioni nella lingua straniera (*). Veneto - Anno 2017



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat e Regione Veneto

Quindi è stato individuato un indicatore di adeguatezza delle informazioni offerte dai musei e dalle strutture alberghiere presenti nel territorio visitato. I musei risultano adeguati se i visitatori possono ricevere informazioni nella lingua straniera da almeno una delle seguenti fonti: personale, materiale informativo, didascalie, audioguide. Gli hotel sono adeguati se il personale parla la lingua

³ L'attribuzione è stata effettuata in base alla lingua parlata prevalentemente in ciascun Paese di origine.

Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

2

indicata⁴. La lingua inglese, il cui insegnamento è da anni largamente diffuso nelle scuole, risulta ovunque la più coperta. Accanto a questa anche il tedesco risulta molto utilizzato, soprattutto al mare, al lago e alle terme, dove è anche la lingua maggiormente parlata dagli ospiti stranieri. Nelle città d'arte, invece, dove gli scambi di informazioni avvengono prevalentemente in inglese, le informazioni in tedesco sono disponibili solo in circa un terzo dei musei e in metà degli alberghi. Nei nostri centri storici, dove i flussi di turisti cinesi iniziano ad essere rilevanti, il margine di miglioramento delle abilità nel parlare cinese è molto ampio.

2.2 L'offerta culturale

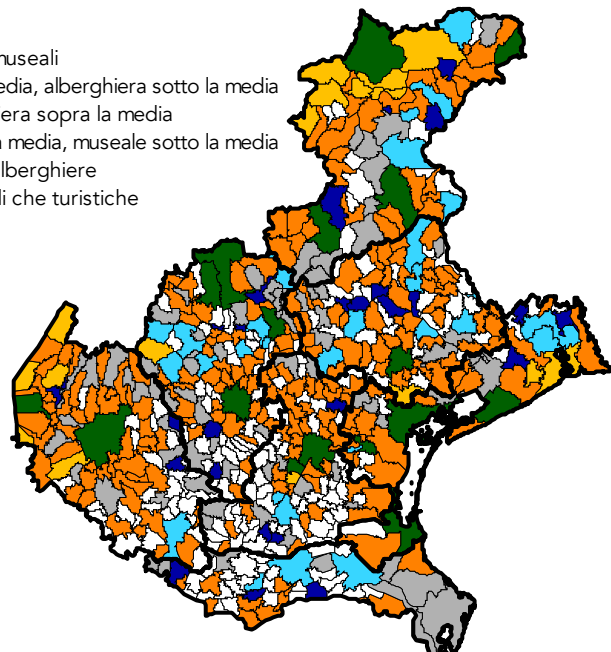
La nostra regione propone un'ampia varietà di scelta nella tipologia e nel numero di destinazioni dove trascorrere una vacanza, tanto da vedere il coinvolgimento della quasi totalità del territorio: il 93% dei comuni presenta almeno una struttura ricettiva, il 64% almeno un albergo, il 28% almeno un museo. Oltre che un'ospitalità che, come visto in precedenza, può contare su circa 62mila strutture ricettive, di cui circa 3mila alberghiere, il territorio offre 315 istituti museali.

Per raffigurare e porre a confronto la distribuzione sul territorio del patrimonio culturale e delle strutture alberghiere, si propone la seguente mappa che sfrutta i colori per evidenziare a livello locale la presenza prevalente di alberghi (toni sul giallo), al contrario una presenza più importante di strutture museali (toni sul blu) e la compresenza di importanti numeri per entrambe le tipologie di offerta (verde).

Fig. 2.2.1 – Comuni evidenziati in base all'offerta museale e all'offerta alberghiera (*). Veneto

Comuni con...

- ...strutture esclusivamente museali
- ...offerta museale sopra la media, alberghiera sotto la media
- ...offerta museale e alberghiera sopra la media
- ...offerta alberghiera sopra la media, museale sotto la media
- ...strutture esclusivamente alberghiere
- ...poche strutture sia museali che turistiche
- ...nessuna offerta



(*) Confronti rispetto ad un'offerta media di 1,9 musei e 8,2 hotel per comune

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat - Regione Veneto

⁴ La lingua parlata nell'hotel è stata rilevata grazie al processo di riclassificazione ancora in corso. I dati pubblicati sono da intendersi parziali e provvisori.

L'Italia possiede un patrimonio culturale innegabilmente ingente, costituito anche da una dotazione museale ampia e diversificata. I musei e il patrimonio culturale in generale costituiscono una risorsa materiale e immateriale fondamentale per lo sviluppo e l'identità locale. Una risorsa che viene ereditata ma che deve essere preservata e valorizzata attraverso adeguate politiche rivolte al settore museale, a quello turistico e infrastrutturale.

Il Veneto in questo contesto ricopre un ruolo significativo, disponendo di una grossa fetta di tale ricchezza. Il patrimonio museale è stato censito nel 2016 grazie alla collaborazione fra Regioni, Istat e Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo. L'indagine ha riguardato tutti i musei e gli altri luoghi espositivi a carattere museale (di seguito denominati istituti) pubblici e privati, che acquisiscono, conservano ed espongono al pubblico beni o collezioni di interesse culturale.

La diffusione sul territorio di tali istituti museali è notevole, infatti sul nostro territorio, come in Italia, quasi un comune su tre ospita almeno una struttura. L'offerta del Veneto risulta preminentemente museale nel senso stretto del termine, infatti i 315 istituti censiti sono per la quasi totalità musei, gallerie o raccolte (290), a cui si aggiungono 22 complessi monumentali e tre aree archeologiche. Un confronto sul numero complessivo di istituti pone il Veneto al settimo posto tra le regioni italiane, ma per numero di visitatori la nostra regione occupa il quinto posto, grazie a quasi 9 milioni di visitatori all'anno (di cui circa 7 milioni paganti). Ogni sito veneto viene visitato annualmente da una media di oltre 28mila persone, delle quali circa 23mila sono paganti e 5mila non paganti. Le differenze tra museo e museo sono però molto rilevanti e correlate all'attrattività turistica della località dove l'istituto è situato.

La forte prevalenza di visitatori paganti, 80,2%, accomuna la nostra regione solo ad alcune altre, tra le quali Piemonte, Trentino Alto Adige, Toscana e Umbria, mentre nel totale nazionale tale quota risulta di poco superiore al 57,4%. Tali risultati sono il frutto di un patrimonio famoso in tutto il mondo, che dal punto di vista economico contribuisce di per sé alla creazione di valore aggiunto. Ma esistono anche tante realtà locali che si offrono al pubblico per passione e spesso gratuitamente. Infatti in circa il 50% degli istituti veneti l'ingresso è gratuito, così come si rileva anche a livello nazionale. Inoltre, va sottolineato che a fronte di 3.126 operatori che contribuiscono al buon funzionamento del museo, circa un quarto delle istituzioni venete si regge esclusivamente su personale volontario.

Un patrimonio diffuso



Tab. 2.2.1 - Offerta e domanda dei musei e degli istituti similari per provincia. Veneto - Anno 2015

	Istituti aperti al pubblico		% comuni in cui è presente almeno un istituto	Quota % istituti privati	Numero medio di visitatori (migliaia) (*)	
	Totali	di cui musei			Paganti	Non paganti
Belluno	48	46	43,5	45,8	1,4	2,5
Padova	48	42	17,3	19,1	9,8	4,1
Rovigo	18	17	28,0	33,3	3,1	2,4
Treviso	40	38	23,2	45,0	4,0	2,2
Venezia	56	52	38,6	39,3	77,7	9,7
Verona	40	35	25,5	30,0	44,5	7,5
Vicenza	65	60	31,4	49,2	4,2	3,6
Veneto	315	290	28,2	38,4	23,7	5,0

(*) Il valore è calcolato al netto delle unità che non hanno indicato il numero di visitatori (circa il 5% degli istituti)

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat - Regione Veneto

Analisi del sistema turistico del Veneto

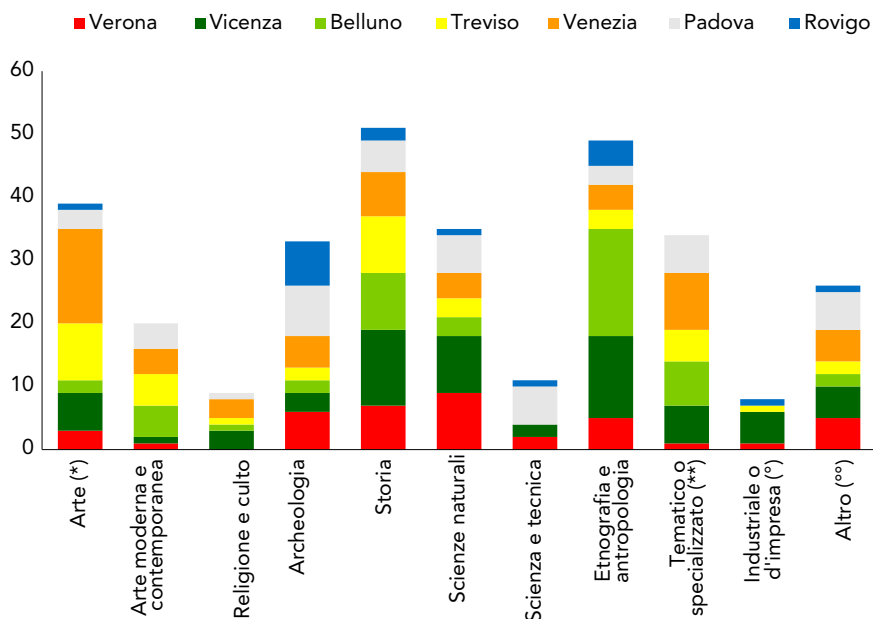
l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale



In Veneto, così come in Italia, la maggior parte degli istituti è di proprietà pubblica (oltre il 60%) e la più forte attrattività è esercitata dagli istituti comunali, che accolgono oltre la metà dei visitatori.

Il patrimonio museale veneto fornisce al visitatore un'ampia possibilità di scelta.

Fig. 2.2.2 - Istituti museali per tipologia principale e provincia. Veneto - Anno 2015



(*) Da arte medievale a tutto l'800

(**) Collezioni di oggetti insoliti o di curiosità, nonché di raccolte particolari monotematiche.

(°) Museo che conserva e diffonde il patrimonio di tecnica e di arte, nonché le testimonianze della memoria storica e dell'identità di un'azienda.

(°°) Aree archeologiche, monumenti e complessi monumentali

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat - Regione Veneto

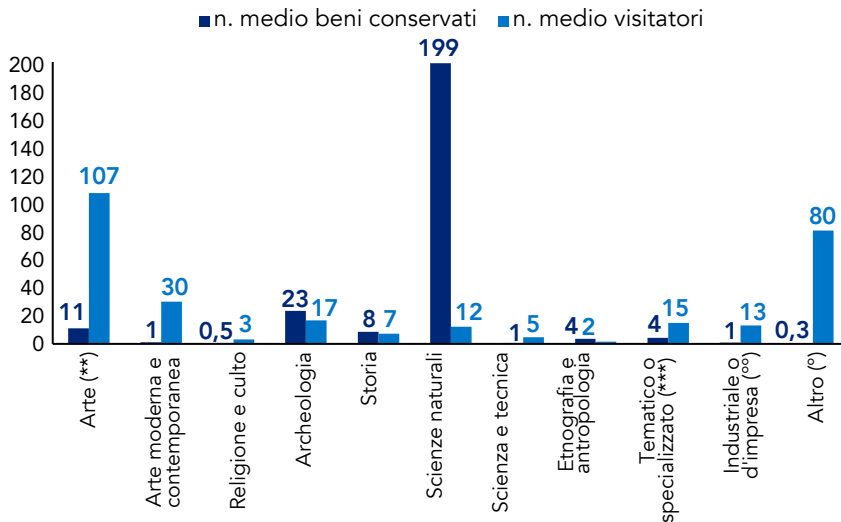
Tra i musei d'arte, che costituiscono complessivamente circa un quinto degli istituti ma totalizzano oltre la metà dei visitatori, spiccano quelli dedicati all'ampio periodo che va dal Medioevo a tutto l'800, caratterizzati dal numero di visitatori più elevato (in media 107mila l'anno) e da un'apertura che per la quasi totalità degli istituti copre l'intero anno. Molto diffusi sul territorio regionale, così come su quello nazionale, sono poi i musei di storia, etnografia e antropologia, scienze naturali. Questi ultimi si differenziano anche per l'elevato numero di beni conservati, in media 199mila.

La categoria "altro" delle figure comprende aree archeologiche, monumenti e complessi monumentali, fra i quali l'anfiteatro Arena di Verona, la casa di Giulietta, la Torre dei Lamberti, il Museo del Sacario Militare di Cima Grappa, il Museo Nazionale di Villa Pisani di Stra, il Teatro Olimpico di Vicenza, il Palazzo della Ragione di Padova, siti che registrano l'interesse di un numero molto elevato di visitatori.

Ordinando gli istituti veneti in base al numero di ingressi, risulta che i primi otto hanno accolto oltre la metà dei visitatori. Le altre realtà della "Top 8" veneta, oltre ai due scaligeri già citati, sono il Palazzo Ducale, il Museo di San Marco, la Fondazione Guggenheim, il Museo Archeologico, il Museo Correr e le Gallerie dell'Accademia a Venezia e i Musei civici di Padova.



52% dei visitatori in 8 musei

Fig. 2.2.3 - Numero medio di beni conservati e di visitatori per tipologia principale dell'istituto museale (migliaia) (*). Veneto - Anno 2015

(*) Valori calcolati al netto delle unità che non hanno indicato il numero di visitatori (2%) o il numero di beni conservati (11%)

(**) Da arte medievale a tutto l'800

(***) Collezioni di oggetti insoliti o di curiosità, nonché di raccolte particolari monotematiche.

(°) Museo che conserva e diffonde il patrimonio di tecnica e di arte, nonché le testimonianze della memoria storica e dell'identità di un'azienda.

(°°) Aree archeologiche, monumenti e complessi monumentali

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat - Regione Veneto

Nel complesso, il 2015 ha visto un incremento degli ingressi del 10,3% rispetto al 2011 (+6,4% a livello nazionale).

La popolazione veneta si dimostra molto interessata all'offerta museale, tanto che circa un terzo dei residenti con più di 6 anni fruisce nel corso dell'anno di tali opportunità. Ma anche l'attrattiva esercitata oltre confine dai nostri istituti museali è molto forte – è straniero il 60,4% dei visitatori.

Si dimostra invece bassa la quota di visitatori giovani, con età compresa tra i 18 e i 25 anni (12,7%), dato questo che potrebbe essere messo in relazione ad un'offerta da parte dei musei ancora tradizionale e poco collegata con le ICT. La quota si raddoppia solo considerando anche gli studenti che hanno visitato il museo perché inseriti in gruppi scolastici.

In Veneto, come in generale succede in tutta Italia, i servizi aggiuntivi non sono molto diffusi.

Ad esempio pochi offrono l'accesso gratuito ad internet tramite WiFi (14,5%), e ancor meno propongono una postazione PC, applicazioni per smartphone e tablet, oppure il cosiddetto QR Code (Quick Response Code), il codice a barre che viene impiegato per memorizzare informazioni destinate a essere lette tramite un telefono cellulare. Leggermente superiore, attorno al 20%, è la quota di musei che offrono visite supportate da audioguide o video guide, allestimenti interattivi, intrattenimenti per l'infanzia. L'accesso ai disabili è facilitato nel 41,9% dei casi attraverso accompagnatori o strutture come rampe, bagni attrezzati, elevatori, ecc. e nel 24,5% dei casi attraverso supporti informativi adeguati (percorsi tattili, cataloghi o pannelli esplicativi in braille, ecc.).

+10,3% degli ingressi in 4 anni

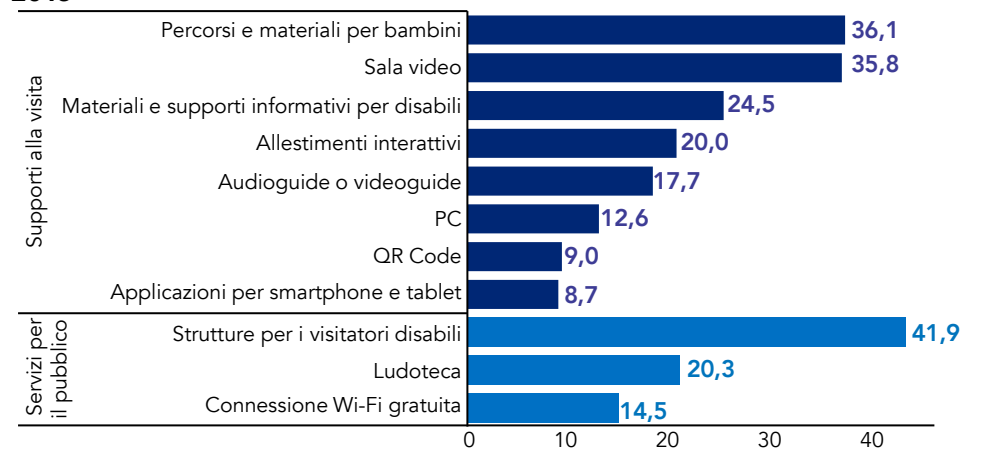


Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale



Fig. 2.2.4 - Servizi a disposizione del pubblico dei musei (*). Veneto - Anno 2015

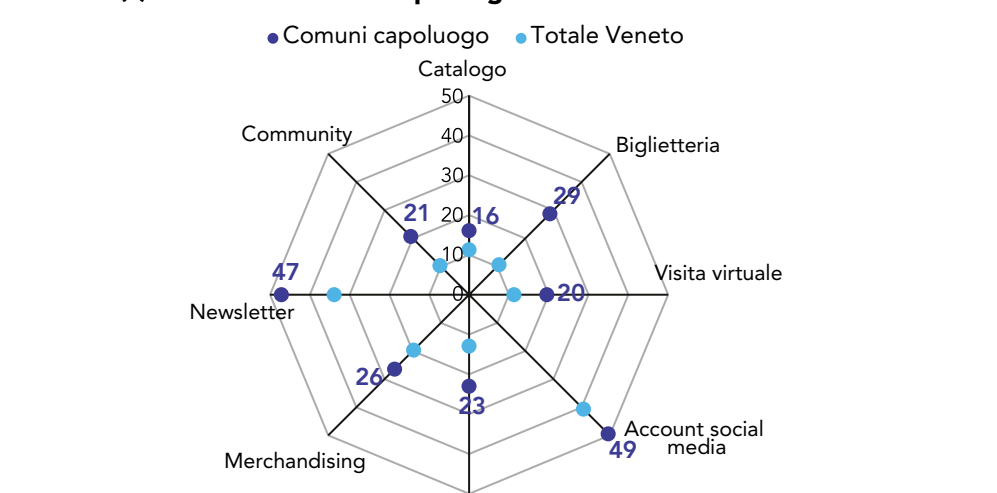


(* I valori si riferiscono a un insieme di 310 unità che hanno completato il questionario. Inoltre, la percentuale dei musei che non hanno indicato i servizi va dal 6% al 12%

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat - Regione Veneto

Per quanto riguarda la presenza dei musei su internet, al di là del sito web che è posseduto dal 68,4% dei musei, l'account sui social media, quali Facebook, Twitter, Instagram, ecc. è posseduto dal 40,6% e il servizio di newsletter dal 33,9%. Altri servizi possibili utilizzando il web sono ancor meno diffusi: se per le attività di merchandising la quota regionale si aggira attorno al 20%, nel caso di catalogo, biglietteria, visita virtuale e vendita foto on-line la quota scende attorno al 12%. A livello territoriale si riscontrano differenze, legate naturalmente anche alla tipologia dei musei presenti. Le strutture museali dei comuni capoluogo, ad esempio, situate in centri storici dove sorgono le strutture di grandi dimensioni e che storicamente si propongono ad un pubblico non solo locale ma anche internazionale, risultano più all'avanguardia.

Fig. 2.2.5 - La presenza dei musei sul web: quota % di musei che offrono il servizio (*). Veneto e comuni capoluogo - Anno 2015



(* I valori si riferiscono a un insieme di 310 unità che hanno completato il questionario. Inoltre, la percentuale dei musei che non hanno indicato i servizi va dal 3% all'8%

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat - Regione Veneto

Gli eventi

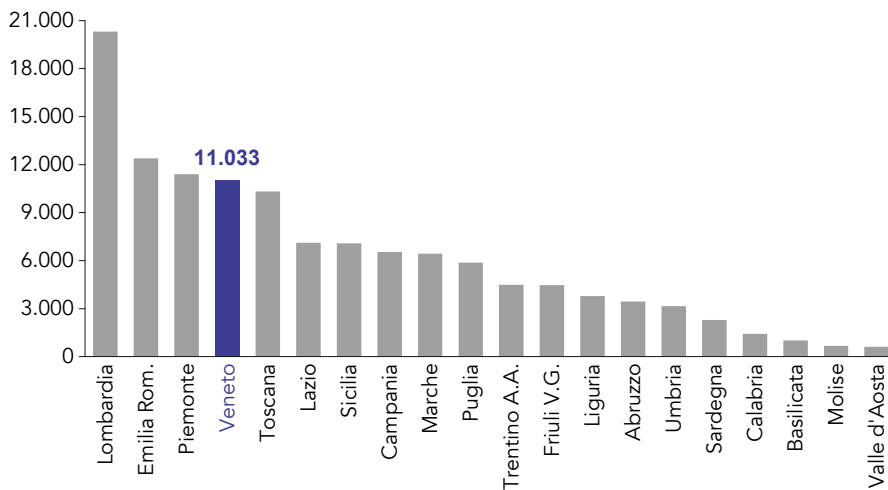
Nel 2016 in Veneto sono stati 11.033 i luoghi che hanno ospitato manifestazioni culturali ponendo il Veneto tra le prime posizioni tra le regioni italiane, prima di Toscana e Lazio.

Il numero di spettacoli è stato di 344 mila a cui hanno partecipato tra residenti e turisti 24,3 milioni di persone. Dati impressionanti se si pensa che i residenti in Veneto sono poco meno di 5 milioni.

11.033 i luoghi veneti che hanno ospitato manifestazioni culturali



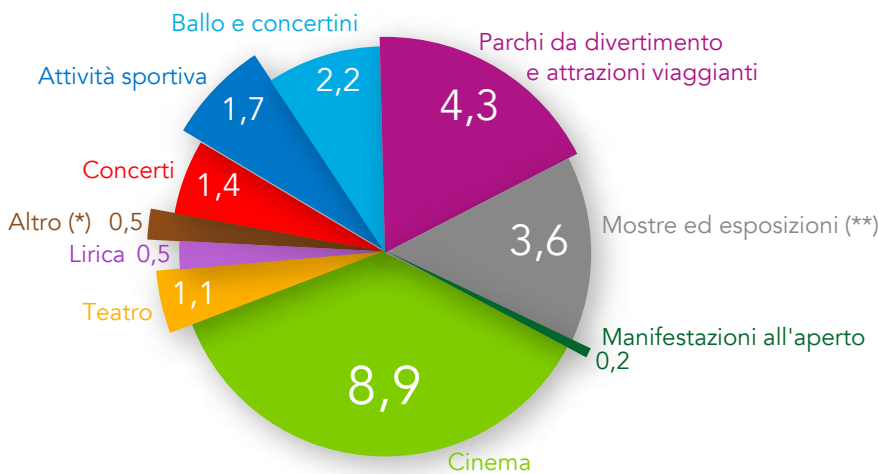
Fig. 2.2.6 - Numero di luoghi dello spettacolo per regione. Anno 2016



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati SIAE

Con 8,6 milioni di ingressi i più gettonati sono i cinema, seguiti dai parchi di divertimento (4,3 milioni) - grande peculiarità della nostra regione che è leader mondiale nella produzione di giostre - e dalle mostre ed esposizioni (3,6 milioni). Grande è il consenso che riscuotono le attrattive di ballo e concertini e i concerti (soprattutto di musica leggera) e sopra il milione di ingressi troviamo anche il teatro.

Fig. 2.2.7 - Gli ingressi agli spettacoli (milioni). Veneto - Anno 2016



(*) Comprende: la rivista e la commedia musicale, il balletto, burattini e marionette, varietà e arte varia, il circo

(**) Mostre culturali (escluse le visite ai musei) fiere campionarie, mostre di antiquariato, ecc.

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati SIAE

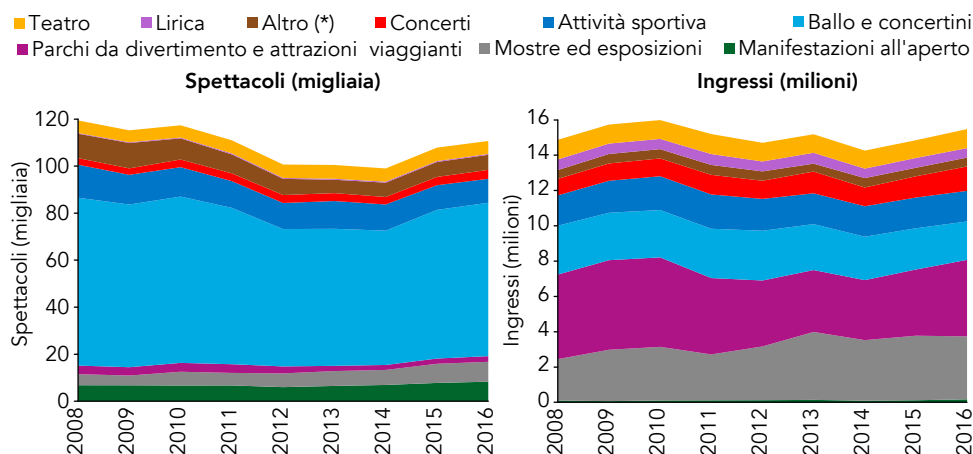
Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale



Se si osserva l'andamento negli ultimi anni – escludendo il cinema per cui non è possibile un confronto temporale – si nota come a partire dal 2014 sia tornato a crescere il numero di spettacoli e in corrispondenza anche il numero di ingressi.

Fig. 2.2.8 - Spettacoli e ingressi per attività. Veneto - Anni 2008:2016



(*) Comprende: la rivista e la commedia musicale, il balletto, burattini e marionette, varietà e arte varia, il circo

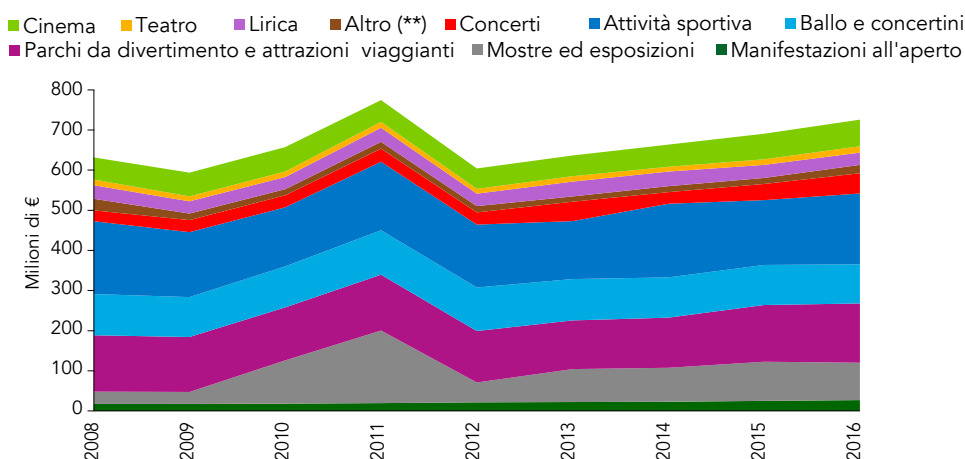
Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati SIAE



Il volume d'affari è in ripresa

Da qualche anno è cresciuto l'interesse per l'aspetto economico della cultura e la sua importanza per lo sviluppo produttivo del territorio, vediamo qualche dato. Le manifestazioni culturali hanno generato nel 2016 un volume d'affari di oltre 725 milioni di euro.

Fig. 2.2.9 - Volume d'affari (*) degli spettacoli in Veneto (milioni di €). Anni 2008-2016



(*) Nel volume d'affari, oltre alla spesa al botteghino, sono comprese le altre spese del pubblico (prevendite, prenotazioni, guardaroba, consumazioni al bar) e altri proventi (introiti per prestazioni pubblicitarie, sponsorizzazioni, finanziamenti pubblici e privati, riprese televisive, ecc.)

(**) Comprende: la rivista e la commedia musicale, il balletto, burattini e marionette, varietà e arte varia, il circo

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati SIAE

Nel volume d'affari, oltre alla spesa al botteghino, ossia le somme pagate per l'acquisto di biglietti e abbonamenti, sono comprese le altre spese del pubblico (prevendite, prenotazioni, guardaroba, consumazioni al bar) e altri proventi come gli introiti per prestazioni pubblicitarie, sponsorizzazioni, finanziamenti pubblici e privati, riprese televisive, ecc.

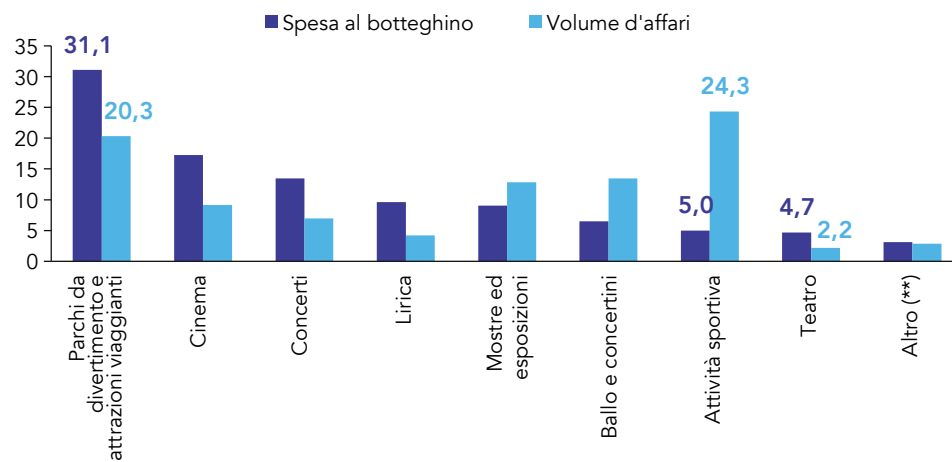
La crescita del fatturato si è bruscamente interrotta nel 2012, in corrispondenza della diminuzione dell'offerta, per poi riprendersi a partire dal 2013 fino ai nostri giorni.

E' interessante osservare che dal punto di vista del giro d'affari è l'attività sportiva che fa la parte del leone (24,3%). Al teatro è attribuibile solamente il 2,2% al volume d'affari complessivo degli spettacoli.

Le manifestazioni con più introiti



Fig. 2.2.10 - Quota % della spesa al botteghino e del volume d'affari (*) per tipologia di manifestazione. Veneto - Anno 2016



(*) Nel volume d'affari, oltre alla spesa al botteghino, sono comprese le altre spese del pubblico (prevendite, prenotazioni, guardaroba, consumazioni al bar) e altri proventi (introiti per prestazioni pubblicitarie, sponsorizzazioni, finanziamenti pubblici e privati, riprese televisive, ecc.)

(**) Comprende: la rivista e la commedia musicale, il balletto, burattini e marionette, varietà e arte varia, il circo

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati SIAE

2.3 Il patrimonio storico/naturalistico

Nella panoramica dell'offerta turistica del Veneto non possono mancare i beni storici e naturalistici tra i quali si contano i siti Unesco, il Sistema Parchi, i percorsi montani, le spiagge certificate e i borghi che, per la loro bellezza e importanza, sono riconosciuti a livello nazionale e spesso internazionale. Allo stato attuale non esistono statistiche ufficiali che danno conto di quest'offerta e, per questo, si sono attinte le informazioni da siti istituzionali o specialistici.

I siti UNESCO

L'UNESCO ha tra i suoi principali scopi l'identificazione, la protezione e la tutela del patrimonio culturale e naturale di tutto il mondo; attualmente l'Italia è la nazione che detiene il maggior numero di siti inclusi nella lista dei patrimoni dell'umanità (54 siti, di cui 49 culturali e 5 naturali); Il Veneto ne annovera sette, di cui quattro interamente ricompresi nel proprio territorio e tre che vi ricadono in parte; il primo ad essere istituito, nel 1987, è "Venezia e la sua laguna".

Sette siti UNESCO sono situati in Veneto



Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale



Tab. 2.3.1 - Siti UNESCO in Veneto - Anno 2018

Denominazione	Anno di iscrizione
Venezia e la sua laguna	1987
Vicenza – La città e le ville palladiane nel Veneto	1994-1996
Padova – L'Orto Botanico	1997
Verona – La città	2000
Le Dolomiti*	2009
Siti palafitticoli preistorici nell'arco alpino**	2011
Opere di difesa veneziane tra XVI e XVII secolo: Stato da Terra - Stato da Mar occidentale***	2017

(*)Trentino Alto Adige-Friuli Venezia Giulia-Veneto

(**)Lombardia-Veneto-Piemonte-Friuli Venezia Giulia-Trentino Alto Adige

(***)Friuli Venezia Giulia-Lombardia-Veneto

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati UNESCO

I parchi e le aree naturali protette

I Parchi e le Aree naturali protette costituiscono il patrimonio naturalistico e sono un importante elemento di identità del Veneto, la loro valorizzazione favorisce la competitività di questi territori, mirando anche ad un turismo sostenibile. La tutela della biodiversità nel Veneto avviene principalmente con l'istituzione e la successiva gestione delle aree naturali protette appartenenti alla rete ecologica europea Natura 2000, dei parchi, delle riserve e delle zone umide. Per quanto riguarda la rete Natura 2000, essa si compone di ambiti territoriali designati come Siti di Importanza Comunitaria (SIC) che, al termine dell'iter istitutivo, diventano Zone Speciali di Conservazione (ZSC), e Zone di Protezione Speciale (ZPS) in funzione della presenza e rappresentatività sul territorio di habitat e di specie animali e vegetali particolari. Attualmente in Veneto troviamo complessivamente 130 siti

Tab. 2.3.2 - Parchi naturali nazionali, regionali, riserve a altre aree protette. Veneto e Italia - Anno 2018

	Veneto	Italia
Parchi nazionali	1	25
Parchi interregionali		1
Parchi regionali	5	146
Aree marine protette		30
Riserve statali	14	147
Riserve regionali	6	426
Siti Rete Natura 2000	130	2622
Riserve Biosfera MAB		1
Altre Aree Protette		8

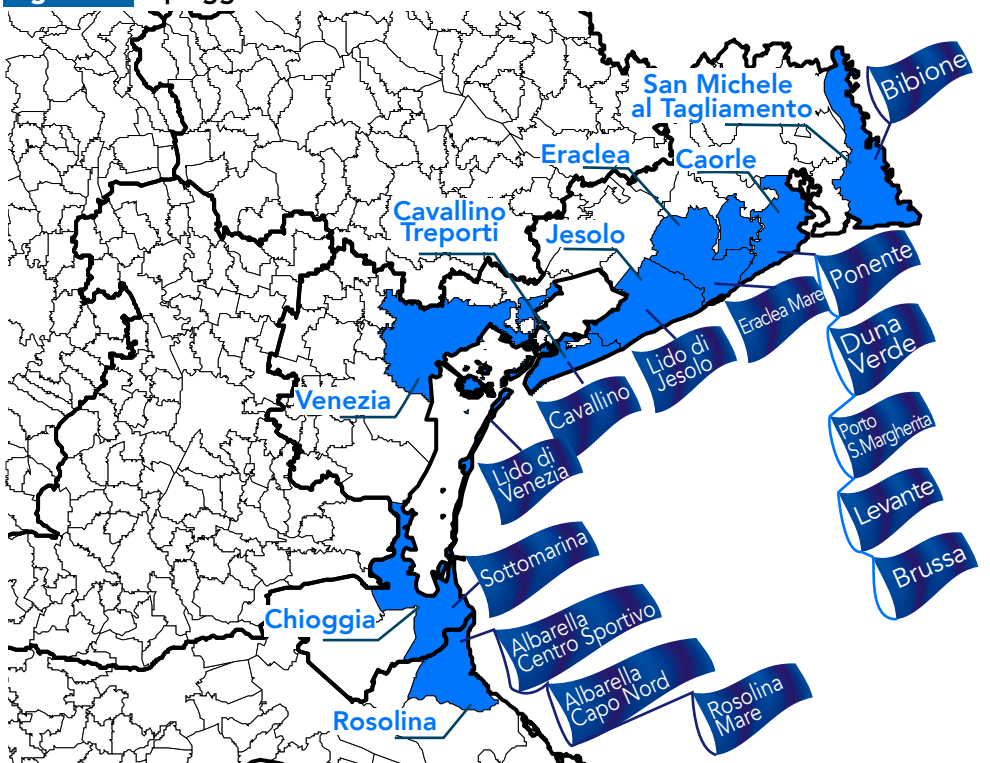
Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Regione del Veneto, Federparchi, Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare

Natura 2000 che coprono 414.308 ettari di territorio a terra e 3.849 a mare, pari al 23,6% della superficie regionale. Relativamente ai parchi, alle riserve naturali e alle zone umide, troviamo in Veneto, oltre al Parco Nazionale delle Dolomiti Bellunesi, cinque Parchi Naturali, sei Riserve Naturali Regionali, quattordici Riserve Naturali Statali, due Zone Umide di importanza internazionale, nove Foreste Demaniali Regionali e diversi Parchi e Riserve Regionali di Interesse Locale.

Le spiagge certificate e le spiagge accessibili

Sono otto le località balneari del litorale veneto che nel 2018 hanno meritato la Bandiera Blu, la certificazione della qualità ambientale, un riconoscimento internazionale che viene assegnato ogni anno in 49 paesi; è un eco-label volontario assegnato alle località turistiche balneari che rispettano criteri relativi alla gestione sostenibile del territorio.

Fig. 2.3.1 - Spiagge Bandiera Blu in Veneto - Anno 2018



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati FEE

Nel Veneto, il progetto "Turismo Sociale ed Inclusivo nelle Spiagge Venete", finanziato dalla Regione, ha l'obiettivo di pensare, progettare e realizzare concretamente gli spazi e i servizi delle strutture turistiche, per renderli realmente accessibili a tutti senza distinzioni, secondo un modello sociale più inclusivo ed evoluto; un'esperienza che è partita dalla spiaggia di Nemo a Jesolo per essere estesa alle spiagge e alle strutture ricettive di tutto il litorale.

I sentieri, le ferrate, i bivacchi

Per favorire l'escursionismo nei luoghi di particolare bellezza e di interesse alpinistico, storico, naturalistico e ambientale del territorio montano, il Veneto

**11 i borghi veneti
più belli d'Italia**



Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

2

si giova di un considerevole numero di sentieri alpini, percorsi pedonali appositamente segnalati, di vie ferrate, itinerari in zone rocciose o particolarmente impervie, di sentieri attrezzati, sentieri lungo i quali sono installati gli impianti fissi utilizzati per le ferrate e di bivacchi segnalati, strutture di proprietà del CAI e di altri enti senza scopo di lucro, collocate in alta montagna a quote superiori ai 1.600 metri, in genere di difficile accesso e non servite da strade aperte al pubblico transito di mezzi motorizzati.

Tab. 2.3.3 - Offerta di percorsi in alta montagna in Veneto - Anno 2018

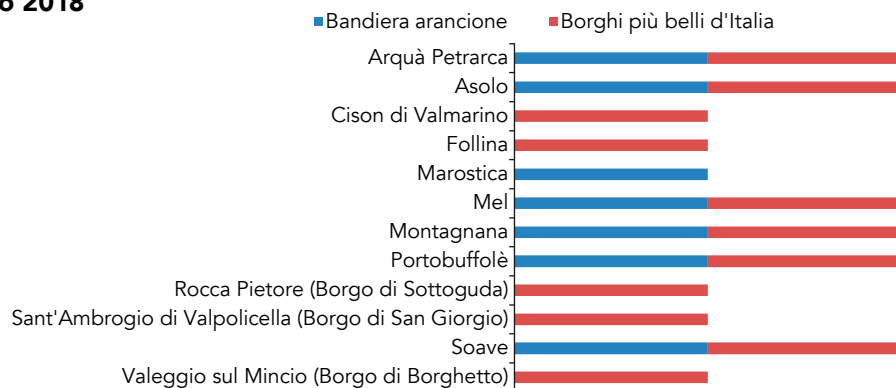
	Numero
Sentieri alpini	902
Vie ferrate	54
Sentieri attrezzati	28
Bivacchi	39
Bivacchi casere	41

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Regione del Veneto

I Borghi certificati

Sono molte le attività tese alla valorizzazione del patrimonio culturale, artistico e storico italiano dei piccoli centri che non sempre rientrano nelle usuali mete turistiche e che rischiano lo spopolamento e il degrado; queste iniziative intendono promuoverne la riscoperta e mantenerne la tipicità e l'atmosfera. Il Club de I Borghi più belli d'Italia, sponsorizzato dalla Consulta del Turismo dell'Associazione Nazionale dei Comuni Italiani ha selezionato undici "borghi più belli" nel Veneto; nella classifica 2018, in ottava posizione si trova San Giorgio di Valpolicella, nel territorio veronese. Il Touring Club Italiano ha attribuito sette "Bandiere arancione", valutando oltre al patrimonio anche l'offerta di un'accoglienza di qualità dei piccoli borghi eccellenti dell'entroterra; si tratta infatti di un marchio di qualità turistico-ambientale, pensato dal punto di vista del viaggiatore e della sua esperienza di visita. Alcune delle località venete sono state premiate con entrambi i riconoscimenti.

Fig. 2.3.2 - Borghi più belli d'Italia e borghi bandiera arancione. Veneto - Anno 2018

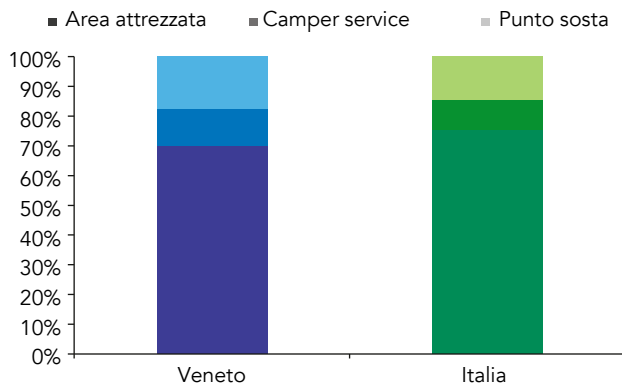


Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati TCI

Aree di sosta

Nella mappa dei servizi dell'offerta turistica trovano posto anche le aree di sosta dei camper, in tre tipologie: "punto sosta", area dedicata alla sosta di autoveicoli e camper, che riserva ai turisti itineranti indicazioni turistiche ed è utile per usufruire dei punti di maggior interesse, che non ha l'allaccio alla corrente 220V e non è mai suddivisa in piazzole delimitate; "camper service", dove è possibile effettuare il carico e scarico delle acque, in alcuni casi nell'ambito di un semplice parcheggio misto auto e comunque senza servizi; "area attrezzata", area pubblica riservata al parcheggio dei camper (autocaravan) per un tempo delimitato, dotata di Camper Service e, allaccio alla 220 V. Il Veneto rientra tra le prime cinque regioni in Italia per la presenza di tutte e tre le tipologie.

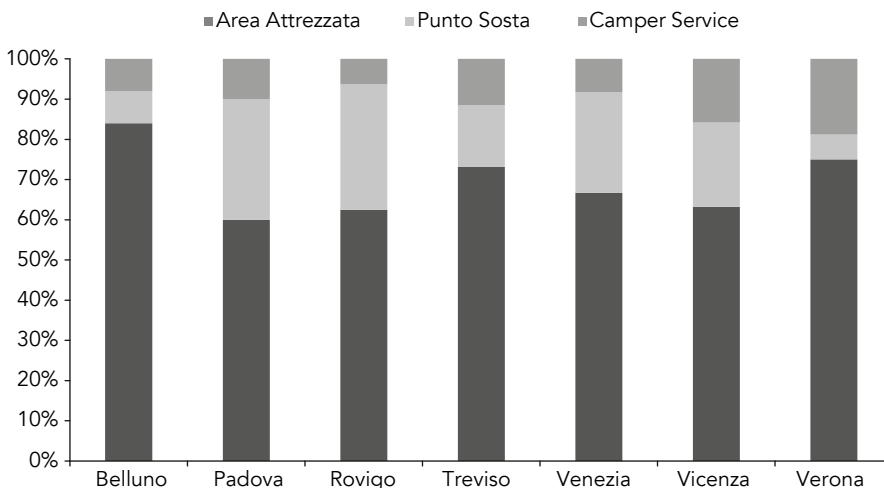
Fig. 2.3.3 - Distribuzione percentuale delle aree di sosta per tipologia(*). Italia e Veneto - Anno 2018



(*Esclusi i camper service in autostrada)

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Portolano di PlenAir

Fig. 2.3.4 - Distribuzione percentuale delle aree di sosta per tipologia(*). Italia e Veneto e provincia - Anno 2018



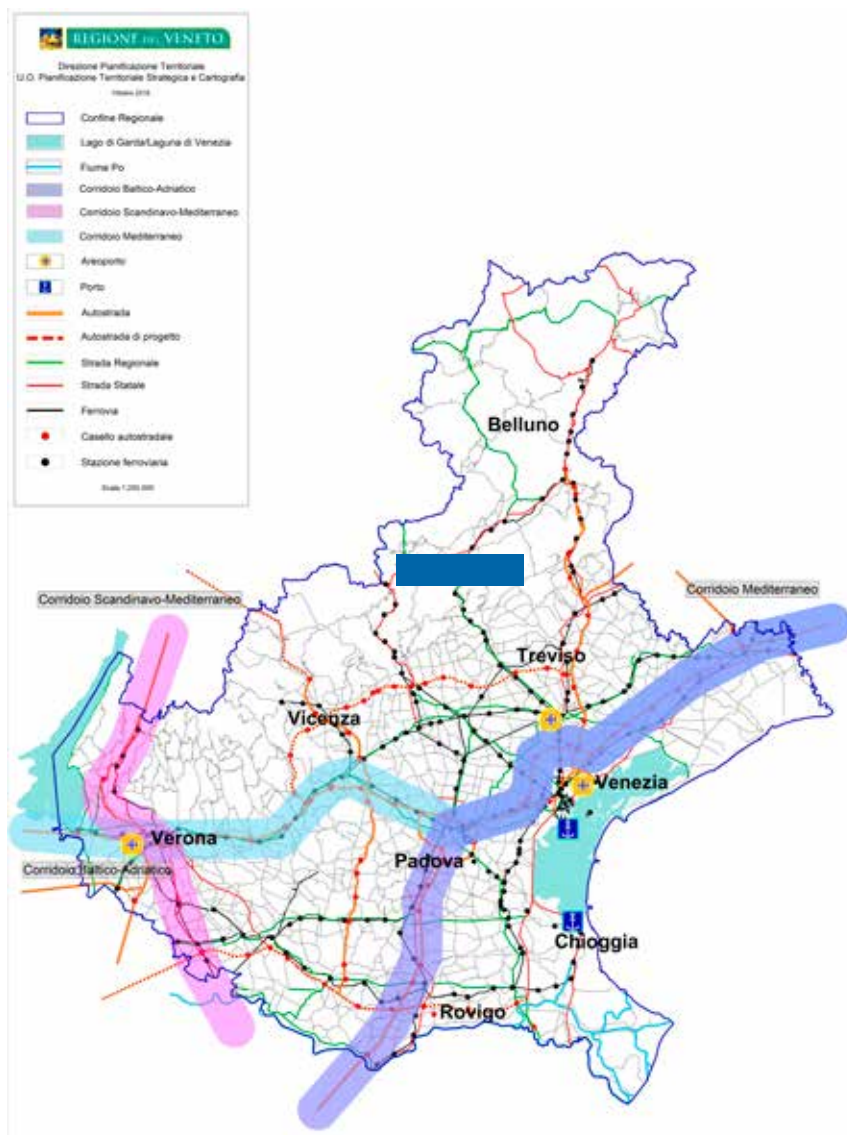
(*Esclusi i camper service in autostrada)

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Portolano di PlenAir

2.4 Le infrastrutture di trasporto e la mobilità

Il turista è in primo luogo un viaggiatore che si sposta da e verso le destinazioni di interesse e all'interno di esse; lo sviluppo del turismo necessita quindi di servizi di trasporto adeguati e di qualità. Il Veneto, prima regione italiana per numero di arrivi e di presenze turistiche, si inserisce nella progettualità delle reti transeuropee, contraddistinto dalla presenza di tre corridoi core TEN-T⁵, è molto infrastrutturato e ben collegato internazionalmente. Per queste caratteristiche e per la sua posizione geografica è attraversato da notevoli volumi di traffico sia commerciale che turistico; quest'ultimo risente di una marcata stagionalità.

Fig. 2.4.1 - La rete infrastrutturale dei trasporti nel Veneto - Anno 2018



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Regione del Veneto

⁵ Le reti TEN-T sono un insieme di infrastrutture lineari (ferroviarie, stradali e fluviali) e puntuali (nodi urbani, porti, interporti e aeroporti) considerate rilevanti a livello comunitario e la Core Network è costituita dai nodi urbani a maggiore densità abitativa, dai nodi intermodali di maggiore rilevanza e dalle relative connessioni. (MIT)

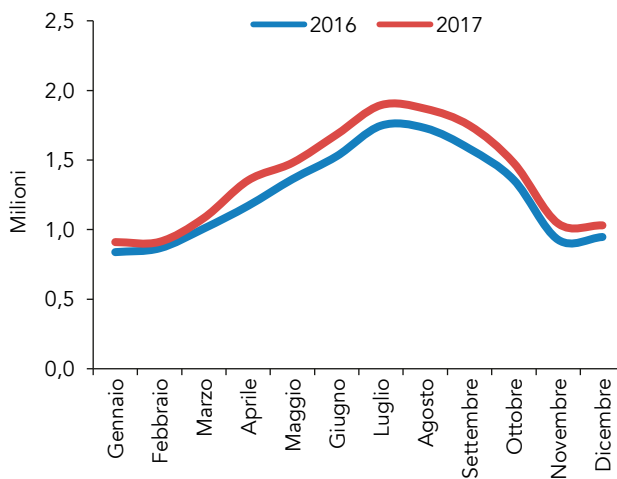
La rete ferroviaria attualmente è interessata da progetti per la realizzazione di collegamenti ad Alta Velocità/Alta Capacità; i principali snodi sono rappresentati dalle Stazioni Platinum, che hanno cioè sede in città importanti anche dal punto di vista turistico, Venezia Santa Lucia, Venezia Mestre, Verona Porta Nuova e Padova, con una frequentazione giornaliera media superiore ai 6.000 viaggiatori.

Oltre alle Stazioni Platinum, tra le principali porte di accesso della regione si annovera anche il sistema aeroportuale Venezia – Treviso - Verona, che si distingue da tempo per la dinamica crescente del traffico, e che nel 2017 ha raggiunto complessivamente oltre 16,5 milioni di passeggeri trasportati. Treviso per le compagnie low cost e Venezia, quarto scalo intercontinentale italiano, raggiungono il massimo del traffico nei mesi estivi.

Le infrastrutture di trasporto venete sono interessate da una marcata stagionalità durante l'anno



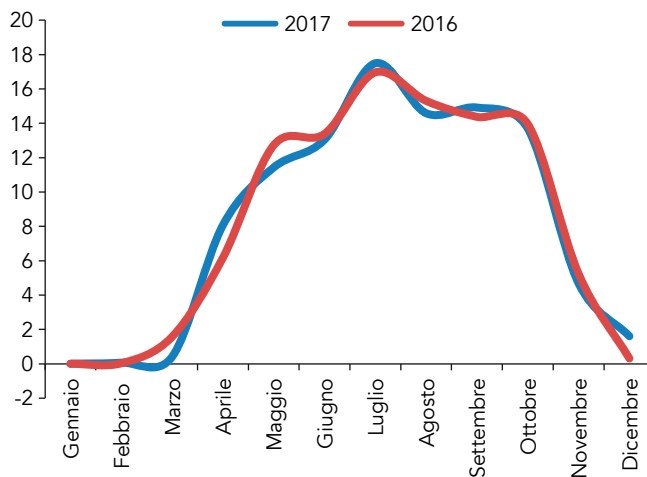
Fig. 2.4.2 - Distribuzione mensile dei passeggeri aeroportuali movimentati. Veneto - Anni 2016 e 2017



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Assaeroporti

Il porto di Venezia è un importante scalo all'interno del bacino adriatico nonché leader nel Mediterraneo per la ricezione di navi da crociera; il traffico nel 2017 è stato di oltre 1.650 passeggeri, l'88% dei quali crocieristi.

Fig. 2.4.3 - Distribuzione mensile dei passeggeri movimentati nel porto di Venezia - Anni 2016 e 2017



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Assoport

Analisi del sistema turistico del Veneto

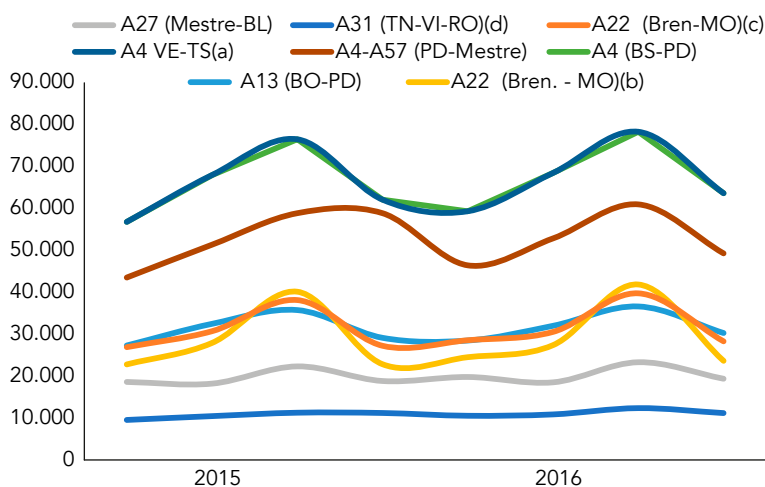
l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale



La rete autostradale, la cui dotazione media è superiore a quella nazionale (3 km rispetto a 2,2 per ogni km² di superficie) nel 2017 è stata percorsa da 1.119.258 di veicoli effettivi medi giornalieri⁶, dei quali 863.487 di veicoli leggeri.

Anche il traffico autostradale dei veicoli leggeri è influenzato dagli spostamenti per turismo; infatti raggiunge le punte massime nel terzo trimestre dell'anno, soprattutto per alcune delle tratte considerate, come la A22 Modena-Brennero, la A27 Mestre-Belluno e la A4 Venezia-Trieste.

Fig. 2.4.4 - Traffico autostradale – dati trimestrali AISCAT – analisi stagionalità - Anni 2015 e 2016



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati AISCAT

L'accessibilità è sicuramente un fattore molto importante per un territorio, anche per chi si muove per diporto; il Veneto ha una rete infrastrutturale e punti di accesso che ne fanno la terza migliore regione italiana come tempi di percorrenza verso i nodi urbani e logistici, circa 40 minuti, un tempo inferiore alla media italiana che è pari a 51,8 minuti. L'indice esprime, in minuti, il tempo di percorrenza dal centro di ogni comune alle tre infrastrutture più vicine delle categorie considerate: i porti, gli aeroporti, le stazioni ferroviarie e i caselli autostradali, in condizioni ideali, cioè in assenza di traffico.

Tab. 2.4.1 - Indice di accessibilità verso i nodi urbani e logistici (*). Veneto e Italia - Anno 2013

	Indice (minuti)
Veneto	40
Italia	52
- Regioni più sviluppate (a)	50
- Regioni in transizione (b)	58
- Regioni meno sviluppate (c)	55

(*) Tempi di percorrenza, in minuti, dal centroide di ogni comune alle tre infrastrutture più vicine per ciascuna delle quattro categorie considerate (porti; aeroporti; stazioni ferroviarie; caselli autostradali), utilizzando un grafo stradale commerciale che tiene conto delle velocità stradali reali in condizioni ideali, cioè in assenza di traffico.

(a) Regioni più sviluppate (Piemonte, Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste, Lombardia, Trentino-Alto Adige/Südtirol, Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Liguria, Emilia-Romagna, Toscana, Umbria, Marche, Lazio)

(b) Regioni in transizione (Abruzzo, Molise, Sardegna)

(c) Regioni meno sviluppate (Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia)

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

⁶ Per veicoli effettivi si intendono tutti i veicoli entrati in autostrada a prescindere dai chilometri percorsi.

Risulta di particolare rilievo dal punto di vista turistico conoscere anche i tempi necessari per raggiungere i siti UNESCO e il sito EDEN della regione (il comune di Schio). Il Piano straordinario per la mobilità turistica del Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti ne ha valutato l'accessibilità sulla rete stradale a partire dalle porte di accesso che consentono di raggiungerli nel minor tempo possibile (l'aeroporto e il porto di Venezia e le stazioni ferroviarie Alta Velocità di Padova, Venezia Santa Lucia e Verona Porta Nuova).

Tab. 2.4.2 - Tempi (ore e minuti) per raggiungere i siti UNESCO e le destinazioni EDEN dalle porte di accesso calcolato sulla rete stradale. Veneto - Anno 2018

Sito UNESCO/EDEN	Aeroporto	Porto	Stazione ferroviaria AV		
	Venezia Tesserà	Venezia	Verona Porta Nuova	Padova	Venezia Santa Lucia
Venezia e la sua laguna	12min	12min	1h 6min	24min	12min
Vicenza – La città e le ville palladiane nel Veneto	48min	48min	36min	30min	48min
Padova – L'Orto Botanico	30min	30min	54min	6min	30min
Verona – La città	1h 6min	1h	12min	42min	1h
Le Dolomiti*	2h	2h 6min	3h 18min	2h 18min	2h 6min
Siti palafitticoli preistorici nell'arco alpino**	54min	1h 6min	1h 54min	1h 12min	1h 6min
Opere di difesa veneziane tra XVI e XVII secolo: Stato da Terra - Stato da Mar occidentale***	54min	1h	1h 54min	1h 12min	1h
Schio	1h 6min	1h	1h	42min	1h

(*) Trentino Alto Adige-Friuli Venezia Giulia-Veneto

(**) Lombardia-Veneto-Piemonte-Friuli Venezia Giulia-Trentino Alto Adige

(***) Friuli Venezia Giulia-Lombardia-Veneto

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati MIT

Un'ulteriore interessante informazione riguarda i mezzi pubblici a servizio degli aeroporti: nel Veneto la percentuale di utilizzo dei passeggeri è piuttosto limitata rispetto al dato medio nazionale.

Tab. 2.4.3 - Traffico passeggeri da e per aeroporti su mezzi pubblici collettivi in percentuale dei passeggeri imbarcati e sbarcati negli aeroporti - Anno 2015

	valore %
Veneto	12,1
Italia	23,0
- Regioni più sviluppate (a)	25,7
- Regioni in transizione (b)	7,7
- Regioni meno sviluppate (c)	14,9

(a) Regioni più sviluppate (Piemonte, Valle d'Aosta/Vallée d'Aoste, Lombardia, Trentino-Alto Adige/Südtirol, Veneto, Friuli-Venezia Giulia, Liguria, Emilia-Romagna, Toscana, Umbria, Marche, Lazio)

(b) Regioni in transizione (Abruzzo, Molise, Sardegna)

(c) Regioni meno sviluppate (Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia)

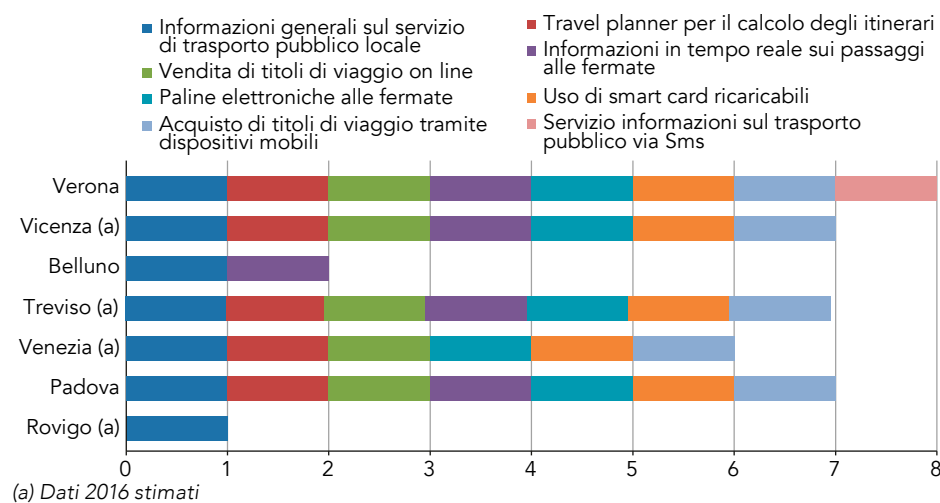
Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale



Fig. 2.4.5 - Servizi di infomobilità presenti nei comuni capoluogo del Veneto - Anni 2012-2016



(a) Dati 2016 stimati

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

Quando la destinazione turistica è una delle città capoluogo del Veneto, il turista che vi giunge può disporre di alcuni servizi innovativi di infomobilità, che si stanno gradualmente diffondendo. Si tratta di facilities che, sfruttando le moderne tecnologie dell'informazione, agevolano e rendono più gradevole la mobilità; il servizio di bike-sharing è presente in quattro capoluoghi e il car-sharing in tre.

2.5 Le infrastrutture digitali

Lo sviluppo delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione stanno profondamente modificando la relazione tra l'industria turistica e il viaggiatore. Il turista è sempre più attivo "digitalmente" durante tutta l'esperienza del viaggio: si ispira navigando tra i motori di ricerca e i blog specialistici, cerca informazioni, verifica le offerte e compra online. Il viaggio "in punta di dita" consente al turista di prenotare all'ultimo minuto in funzione della propria posizione, di trovare gli eventi secondo i propri interessi e di pianificare giorno per giorno il proprio itinerario. Per l'operatore turistico è fondamentale essere presente sui social network, che sono diventati lo strumento più efficace per farsi conoscere e alimentare il passaparola, tanto che nella promozione di un prodotto è sempre più importante il valore di un post o un like su Facebook, un video o una foto su Instagram, una recensione su Tripadvisor, ecc. Vi è anche una continua espansione di richiesta turistica tramite le Online Travel Agent (OTA), grandi aggregatori mondiali del turismo ai quali fanno capo quasi tutti i principali servizi turistici (Trivago, TripConnect di Tripadvisor, Kayak, Skyscanner, ...). Lo stesso colosso Google si appresta a sviluppare nei prossimi anni, in modo sempre più deciso, il proprio progetto "Google destinations", ponendosi direttamente in competizione con i portali metasearch, sfruttando la propria posizione pressoché dominante come motore di ricerca sul web.

Poter avere un contatto diretto con gli ospiti consente di instaurare una forma privilegiata di customer relation, con cui fidelizzare il turista o attrarne di nuovi mediante offerte e promozioni, per prolungare la loro permanenza o indirizzarli

verso luoghi meno noti che possono sorprenderli e farli tornare. È questo un modo anche per decongestionare i flussi e attirare i turisti nei periodi di bassa stagione, in un'ottica di turismo sostenibile.

Sono oltre 12 milioni gli italiani che si affidano a internet per usufruire di servizi relativi a viaggi e soggiorni, pari rispettivamente al 40% degli utenti che hanno usato internet negli ultimi 3 mesi. Rilevante anche il numero dei cittadini che acquistano in internet prodotti o servizi di natura turistica: sono circa 5,3 milioni gli italiani che prenotano l'albergo o comprano i biglietti di viaggio direttamente online. Inoltre, il 9% degli italiani che hanno soggiornato in Veneto hanno prenotato via internet. Tra i residenti in Veneto sono circa 1,1 milioni le persone che cercano informazioni online per i loro viaggi (42% degli utenti che hanno usato internet negli ultimi 3 mesi) e mezzo milione quelle che fanno acquisti turistici online.

Complessivamente si stima che il valore degli acquisti online per servizi turistici da parte dei consumatori italiani effettuati su siti italiani o stranieri nel 2017 si aggiri attorno ai 9,2 miliardi di euro (su un totale di 23,6 miliardi di acquisti online), in crescita del 7% rispetto all'anno precedente. Il settore "Turismo e Trasporti" si conferma quindi l'ambito merceologico più maturo e più grande dell'e-commerce in Italia. Ma questi dati dicono ancora poco sull'impatto del digitale, se si considera il ritardo sofferto dall'Italia in termini di competenze digitali e che nei principali mercati stranieri comparabili al nostro l'e-commerce raggiunge penetrazioni da due a quattro volte superiori⁷.

Per migliorare la competitività del sistema turistico italiano è, dunque, necessario cogliere appieno la sfida del digitale: rafforzare la capacità di innovazione e digitalizzazione, mettendo a disposizione di cittadini e imprese una solida ed estesa infrastruttura digitale e un insieme di servizi di rete adeguati al mutamento della domanda. In tal senso il Piano strategico nazionale di sviluppo del turismo 2017-2022 intende creare un vero e proprio "ecosistema digitale della cultura e del turismo" che punta all'integrazione, all'innovazione e all'accessibilità.

"Promozione turistica" e "patrimonio culturale" sono due dei dieci ecosistemi individuati anche nell'Agenda Digitale del Veneto 2020, cui indirizzare azioni specifiche e integrate in termini di infrastrutture e servizi digitali. Del resto, il settore del turismo e della promozione, forse prima di altri, ha subito i profondi cambiamenti generati dal digitale. Il trend è sicuramente inarrestabile, e in un contesto, come quello Veneto, ricco di operatori turistici di piccole e medie dimensioni, risulta fondamentale avviare strategie e politiche di sistema.

Alla base vi è innanzitutto il potenziamento della rete infrastrutturale per migliorare l'accessibilità e la fruizione "in mobilità" dei servizi: dalla banda larga e ultralarga, al wi-fi, all'accesso unico. Anche il Parlamento europeo riconosce l'importanza della digitalizzazione nel settore turistico, sollecitando gli Stati membri a incoraggiare l'accesso a reti a banda larga ad alta velocità soprattutto in zone turistiche remote e periferiche, come le isole e le zone costiere, montane e rurali, al fine di favorire la crescita delle imprese turistiche e ridurre il divario digitale.

La banda larga e quella ultralarga sono opere pubbliche fondamentali per la competitività e lo sviluppo dei territori, esattamente come lo sono le strade e le autostrade. Poter contare su una rete internet veloce e una presenza diffusa del wi-fi gratuito ha, infatti, un potere attrattivo e rimane strategico per un territorio. La diffusione della fibra avrà ricadute positive in termini economici e di miglioramento della qualità della vita della popolazione in generale, ma avvantaggerà significativamente anche gli operatori turistici e i turisti, tanto che ormai la rete è considerata da chi viaggia come parte dei servizi essenziali della destinazione scelta, quasi come l'acqua o il riscaldamento.

Sempre più turisti organizzano la loro vacanza su internet



La digitalizzazione, volano per la competitività del sistema turistico



⁷ Osservatorio eCommerce B2C.

Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

2



Lo sviluppo della banda ultralarga

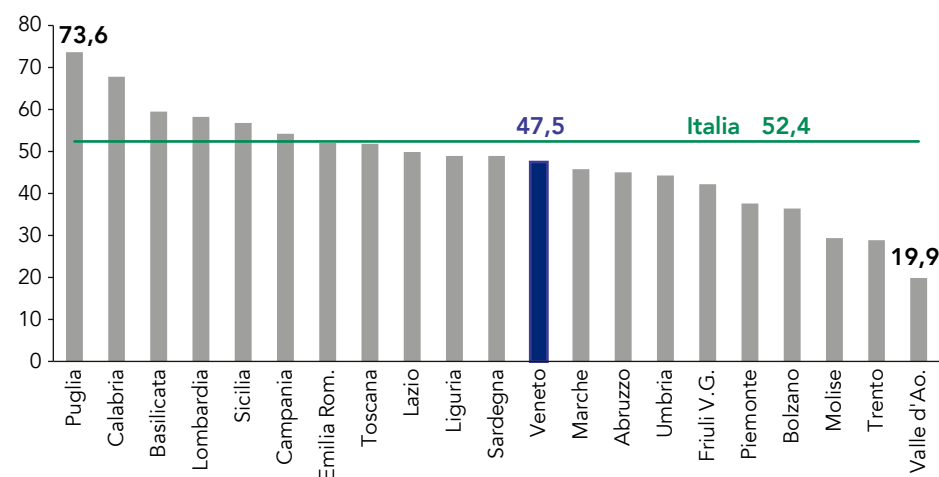
Lo sviluppo della rete ultraveloce

Nel panorama europeo l'Italia rimane un Paese a basse prestazioni digitali, a causa della scarsa alfabetizzazione digitale dei cittadini e delle imprese e di un forte ritardo in termini di sviluppo della rete infrastrutturale.

Il piano nazionale per lo sviluppo della Banda Ultra Larga (BUL) mira a recuperare il ritardo, sviluppando una infrastruttura di rete in banda ultralarga sull'intero territorio nazionale. Agli investimenti pubblici indirizzati alle "aree bianche", dove cioè gli operatori di telecomunicazioni non hanno interesse a intervenire, si aggiungono le risorse e i piani industriali di sviluppo messi in campo dagli operatori privati nelle aree più appetibili, dove maggiore è la possibile domanda e quindi il ritorno economico. Coerentemente al BUL, la Regione del Veneto punta a dotare il proprio territorio di reti in fibra ottica di nuova generazione e coprire, entro il 2020, l'85% della popolazione con infrastrutture in grado di veicolare servizi a velocità pari e superiori a 100 Megabit per secondo (Mbps), garantendo al contempo al 100% dei cittadini l'accesso alla rete internet ad almeno 30 Mbps. Per il Veneto il BUL si traduce in un investimento pubblico complessivo nelle aree bianche di circa 400 milioni di euro, di cui 315 milioni di provenienza statale e 83 di provvista regionale derivanti dai fondi FESR e FEASR.

A fine 2017 meno della metà del territorio in Veneto è raggiunto dalla banda ultralarga ad almeno 30 Mbps, sotto la media nazionale e della gran parte delle regioni meridionali, più avanti anche perché beneficiarie di maggiori e specifici contributi europei destinati alle aree sottosviluppate.

Fig. 2.5.1 - Percentuale di unità immobiliari raggiunte da banda ultralarga (>30 Mbps): copertura attuale per regione - Anno 2017



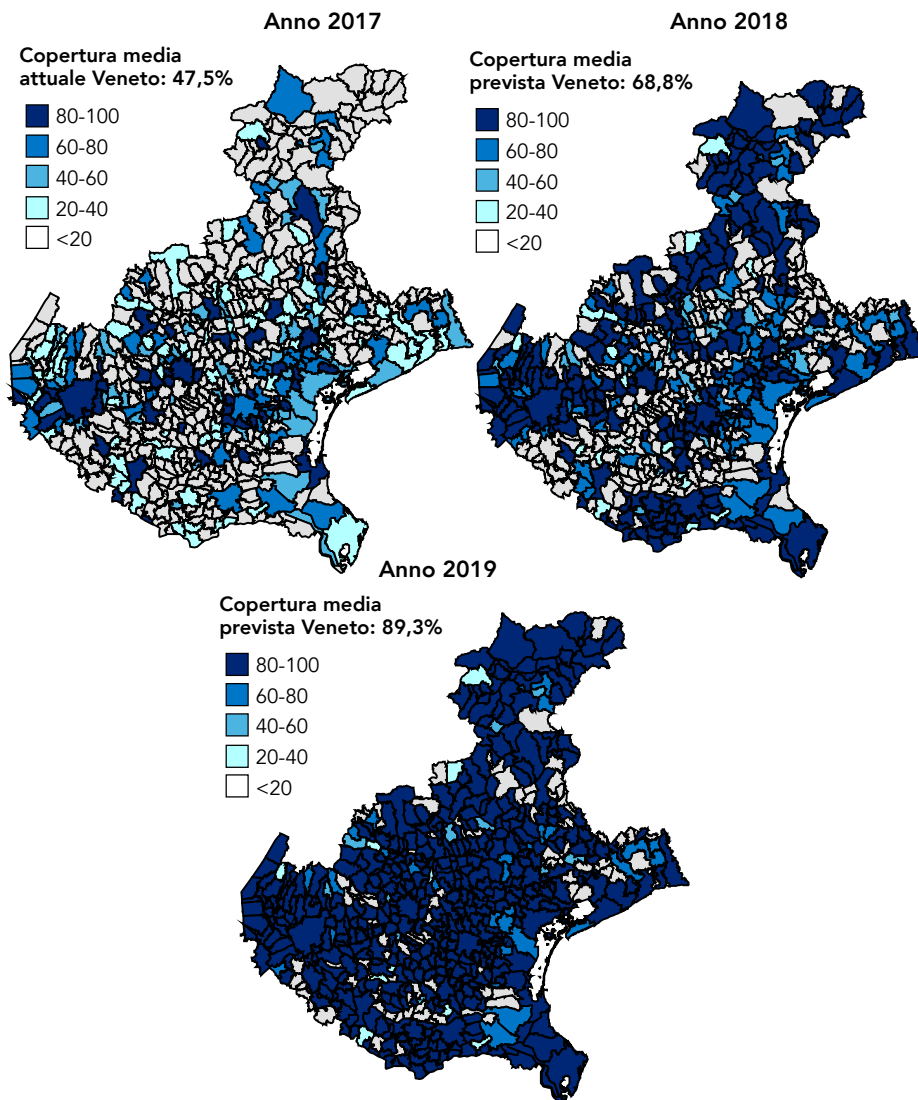
Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Infratel Italia



In Veneto solo metà del territorio è raggiunto dalla banda ultralarga...

Il 63% dei comuni veneti non ha ancora una copertura adeguata: nel 36% dei casi la banda ultralarga raggiunge meno del 20% delle unità immobiliari e nel 27% dei comuni i lavori non sono ancora iniziati e pertanto la copertura è nulla. In nessun comune la banda ultralarga copre l'intero territorio, anche se vi sono casi (l'8% dei comuni) in cui la copertura raggiunge l'80% delle unità immobiliari. Si tratta soprattutto dei comuni attorno a Verona, Vicenza e all'asse Padova-Venezia-Treviso; non mancano però alcune "sorpresa" in piccoli comuni di zone più periferiche, come San Tomaso Agordino nel bellunese, con l'82% delle unità immobiliari raggiunte dalla banda ultralarga, oppure Melara e Calto (rispettivamente 92% e 90%) in Polesine.

Fig. 2.5.2 – Copertura della banda ultralarga (> 30 Mbps): percentuale di unità immobiliari raggiunte per comune. Veneto - Anno 2017 e previsioni di copertura 2018 e 2019



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Infratel Italia

La situazione sta evolvendo rapidamente e già alla fine del 2018 si immagina di portare la banda ultralarga al 69% delle unità immobiliari del Veneto: nello specifico, il 14% dei comuni raggiungerà la copertura totale del territorio e un altro 22% dei comuni supererà l'80% di copertura.

Nel 2019 la banda ultralarga interesserà quasi il 90% del territorio regionale, stimando che il 50% dei comuni avrà un copertura di poco inferiore al 100% e quasi un terzo godrà di copertura totale. Infine, nel 2020 nessun comune sarà più "scoperto" dalla banda ultralarga, prevedendo di raggiungere gli obiettivi fissati dal BUL.

**... ma entro il 2020
l'intero territorio
regionale sarà
coperto**





Tab. 2.5.1 - Copertura della banda ultralarga (> 30 Mbps): percentuali di comuni per livello di copertura della banda ultralarga. Veneto - Anno 2017 e previsioni 2018, 2019 e 2020

Livello di copertura: % unità immobiliari raggiunte da banda ultralarga	2017	previsioni		
		2018	2019	2020
0 (nessuna copertura)	27,3	15,4	6,9	0,0
0,1 - 20	35,9	25,7	8,1	0,0
20 - 40	12,3	3,6	1,7	0,0
40 - 60	7,8	4,1	1,9	0,0
60 - 80	8,5	14,7	5,2	0,3
80 - 99,9	8,3	22,5	45,3	49,1
100	0,0	14,0	30,9	50,6

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Infratel Italia

Il wi-fi pubblico

L'Amministrazione Regionale intende proseguire con il progetto "Veneto free Wi-Fi" di diffusione e potenziamento della connettività wireless nei luoghi pubblici (es. piazze, luoghi di aggregazione, ecc.) e negli uffici della Pubblica Amministrazione accessibili al pubblico, anche al fine di favorire l'accesso ai servizi da parte dei cittadini attraverso l'uso di reti wi-fi pubbliche gratuite. Particolare attenzione verrà posta, coerentemente con le iniziative nazionali, alle località a vocazione turistica e culturale.

Nella precedente programmazione POR CRO FESR 2007 – 2013 in Veneto sono stati investiti 3,7 milioni di euro per la realizzazione di accessi pubblici wi-fi in 223 Comuni, raggiungendo un'utenza di oltre 2,5 milioni di cittadini.

Considerando anche gli access point wi-fi realizzati in autonomia dai comuni e non finanziati dal fondo europeo, secondo le stime di Istat il 73% dei comuni disporrebbe di punti di accesso wi-fi gratuiti sul proprio territorio⁸.

L' Agenda Digitale del Veneto 2020 mette a disposizione ulteriori 2,18 milioni di euro per estendere il wi-fi pubblico anche agli altri comuni non coinvolti nelle precedenti azioni o per contribuire alla manutenzione del servizio nei comuni che lo hanno già attivato. L'obiettivo è di attivare un circuito regionale delle reti wi-fi federate attraverso la realizzazione del sistema unico di accesso (Italia Free Wi-Fi – SPID), all'interno del quale ogni utente accreditato potrà accedere a tutte le wi-fi utilizzando le stesse credenziali, e che favorirà la predisposizione delle basi tecnologiche affinché lo stesso circuito regionale possa estendersi ad altri circuiti nazionali e adeguarsi alle specifiche e ai servizi del costituendo Sistema Pubblico di Identità Digitale (SPID).



Wi-fi pubblico in espansione

2.6 Le professionalità specializzate al servizio del turista

Molte sono le figure professionali a servizio del turista; alcune di queste sono ben delineate e regolamentate da precisi ordini professionali e offrono assistenza e accompagnamento durante le visite ai siti artistici e naturalistici.

La legge regionale n. 33/2002 individua quattro figure: la guida turistica, l'accompagnatore turistico, l'animatore e la guida naturalistico-ambientale. In particolare, la guida turistica accompagna persone singole o gruppi nelle visite a opere d'arte, musei, gallerie, scavi archeologici, mentre l'accompagnatore segue

⁸ L'indicatore è inserito nel set di indicatori dell'Accordo di Partenariato 2014-2020.

il turista durante il viaggio, curando l'attuazione del pacchetto programmato dagli organizzatori, prestando completa assistenza ai turisti con la conoscenza della lingua degli accompagnati, fornendo elementi significativi e notizie di interesse turistico sulle zone di transito.

La Guida naturalistico-ambientale conduce le persone nelle visite a parchi, riserve naturali, zone di pregio, tutela ambientale o siti di interesse ambientale e l'animatore turistico organizza il tempo libero di gruppi di turisti con attività ricreative, sportive, culturali.

A questi profili, possiamo aggiungere le professioni legate al turismo montano, anch'esse regolamentate da specifiche leggi regionali e da precisi ordini professionali. Rientrano in questo campo, le guide alpine, gli accompagnatori di media montagna e i maestri di sci. Le attività delle guide alpine, che comprendo gli aspiranti guida e le guide alpine-maestri di alpinismo, sono molteplici e vanno dall'escursionismo, all'arrampicata, al soccorso alpino, fino ad arrivare agli interventi su grandi alberi con tecniche alpinistiche, alle consulenze per aziende nel settore sport e sicurezza, e allo sviluppo delle abilità motorie nell'età evolutiva. L'Accompagnatore di Media Montagna, invece, svolge professionalmente l'attività di accompagnamento in territorio montano, in Italia e all'estero, senza limiti di quota, dove non si presentino però difficoltà di tipo alpinistico.

Nella tabella seguente è riportato il numero di queste figure professionali iscritte negli specifici elenchi provinciali. Vista la notevole presenza di beni artistici e culturali, la provincia di Venezia offre il maggior numero di guide e accompagnatori turistici, mentre le guide naturalistiche sono distribuite in modo più omogeneo sul territorio regionale.

E' massiccia la presenza di figure professionali al servizio del turista



Tab. 2.6.1 - Numero di iscritti negli elenchi provinciali delle professioni turistiche. Veneto - Anno 2017

	Accompagnatore turistico	Guide turistiche	Guide naturalistico-ambientali	Animatore turistico
Verona	179	130	72	17
Vicenza	173	113	93	9
Belluno	67	17	62	2
Treviso	220	81	44	5
Venezia	815	248	81	10
Padova	237	125	94	5
Rovigo	29	19	47	9
Veneto (*)	1.720	733	493	57

(*) Una persona può essere iscritta a più elenchi provinciali, per cui il totale del Veneto è il totale degli iscritti e non delle persone

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati elenchi professionali provinciali

Tab. 2.6.2 - Numero di iscritti all'albo delle Guide alpine del Veneto e all'albo professionale regionale dei maestri di sci. Veneto - Anno 2018

	Veneto
Aspiranti guida alpina	14
Guida alpina	85
Accompagnatore di media montagna	46
Maestro di sci	1.620

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Collegio delle Guide Alpine del Veneto e Collegio Regionale Veneto Maestri di Sci

Analisi del sistema turistico del Veneto: l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

3



Cap. 3 - La domanda turistica

Un'analisi del complesso sistema turistico regionale per dare una visione completa e progettuale del fenomeno non può che centrare lo studio sul soggetto di domanda.

Gli stakeholders necessitano di sapere in che direzione mirare le politiche e gli investimenti ai fini di conquistare le quote di uno o dell'altro mercato, risultato sempre più complesso da conseguire in uno scenario competitivo al tempo stesso più ampio e più intenso, per via dell'ingresso di nuovi territori come destinazioni e di una più attenta organizzazione del sistema di offerta da parte di quelle già presenti.

Conoscere la domanda diventa sempre più decisivo dato che le esigenze manifestate e le conseguenti espressioni di consumo non sono più riconducibili, come accadeva tempo fa, a un unico modello facilmente individuabile, ma si presentano molteplici, mutabili ed eterogenee.

A questo scopo, di seguito vengono proposte le informazioni quantitative desunte dai dati di statistica ufficiale, mettendo in relazione i flussi di origine con le destinazioni richieste dai turisti nel territorio veneto, attraverso una fotografia dell'ultimo anno disponibile e le tendenze che derivano dal confronto rispetto ai 20 anni precedenti.

Oltre alle caratteristiche "geografiche" della domanda vengono presentate le dinamiche temporali del turismo in Veneto relativamente alla stagionalità del fenomeno. Quando parliamo di stagionalità ci riferiamo alla concentrazione di flussi turistici in certi periodi dell'anno verso una determinata destinazione, in corrispondenza di una specifica stagione oppure in particolari momenti¹. E poiché "il problema più grave del turismo in Europa è la sua elevata concentrazione in alta stagione, il che comporta la congestione delle capacità di trasporto e dei servizi di accoglienza, nonché il degrado dell'ambiente naturale ed umano nell'alta stagione, ed uno scarso impiego delle risorse finanziarie ed umane nella bassa stagione"², si offre un'analisi che possa fornire gli elementi su cui insistere per stemperare durante tutto l'anno il movimento turistico.

3.1 Destinazioni turistiche apprezzate in tutto il mondo

Il Veneto attrae sempre più turisti, ma quali mercati stanno svolgendo un ruolo rilevante per la crescita dei flussi in ciascuna tipologia di destinazione?

Da sempre apprezzato per la varietà dell'offerta turistica e per la cultura dell'ospitalità che lo caratterizza, è una regione che si dimostra sempre attenta alle esigenze di una domanda in continuo rinnovamento. Alla proposta tradizionale si affiancano borghi storici e città murate, la proposta delle ville venete, realtà ricche di beni naturali e paesaggistici, oltre a un'offerta che prevede la possibilità di praticare sport come il golf, l'equitazione, l'escursione in bicicletta, per non parlare dell'offerta benessere, del moto turismo, del turismo congressuale, degli itinerari religiosi, dell'ittiturismo ecc., il tutto arricchito dai sapori della nostra cultura enogastronomica.

Le destinazioni turistiche vengono apprezzate da un mercato interno e soprattutto estero (68,1% delle presenze) e si distribuiscono sull'intero territorio regionale: di 575 comuni veneti nel 2017 solo 57 non hanno avuto presenze. Come si

**Fenomeno diffuso
su tutto il territorio**



¹ Allock (1989), Seasonality, in Witt S.F., Moutinho L., Tourism Marketing and Management Handbook, Prentice Hall, Cambridge, 2000

² Commissione CEE (1991)

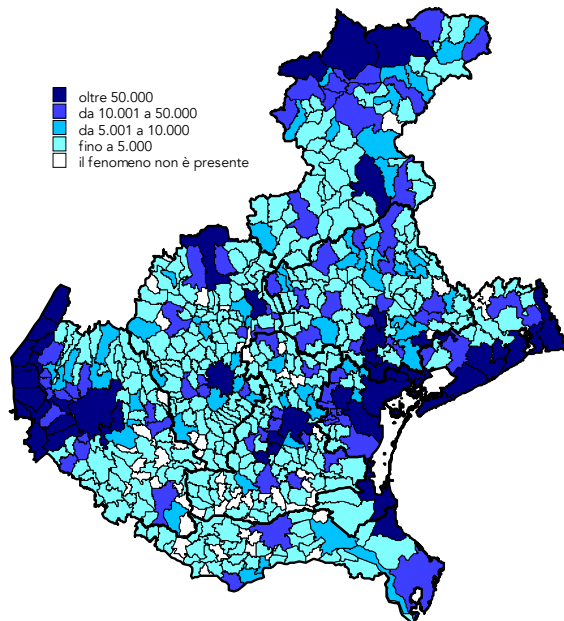
3

Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

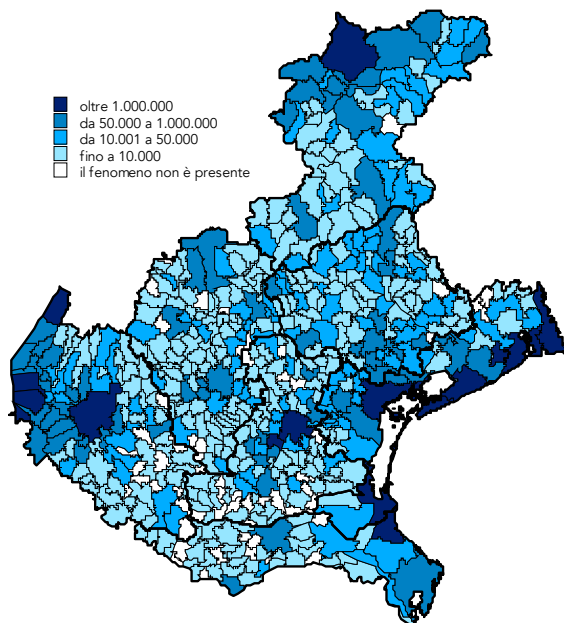
osserva dalle mappe, tutto il territorio veneto è interessato dal fenomeno con una maggiore intensità nei comuni del litorale adriatico, delle zone montane, dei comuni capoluogo, del lago, delle terme.

Fig. 3.1.1 - Arrivi di turisti nelle strutture ricettive venete per comune - Anno 2017



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

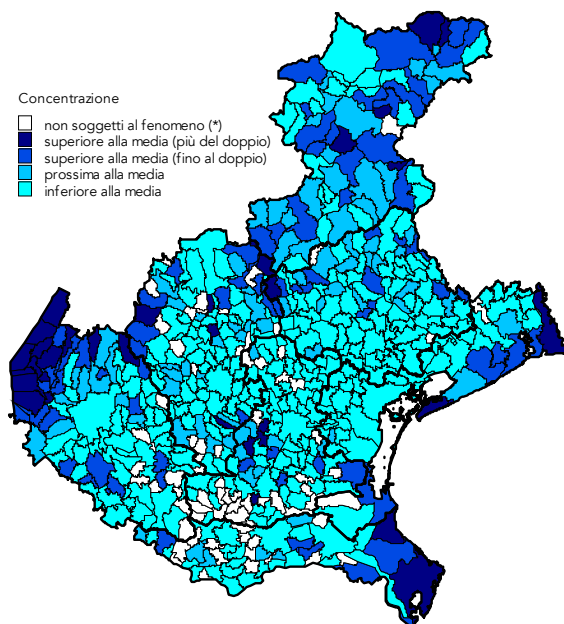
Fig. 3.1.2 - Presenze di turisti nelle strutture ricettive venete per comune - Anno 2017



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

Gli ottimi risultati ottenuti nel 2017 dal turismo veneto rispecchiano l'interesse crescente sia dei clienti italiani che del mercato estero. Ultimamente tra le destinazioni delle vacanze gli italiani scelgono sempre più spesso mete nazionali e in particolare venete, più vicine, sicure, caratterizzate da un fascino intramontabile per chi apprezza l'arte, i panorami mozzafiato montani, lacuali, lagunari, ecc. I turisti italiani sono aumentati, rispetto all'anno precedente, del 5,2% nel numero e del 3% nei pernottamenti, quelli stranieri rispettivamente dell'8,6% e del 7,1%. Il turismo internazionale, la cui crescita è stata solamente rallentata all'inizio della crisi economica globale per riprendere timidamente già dal 2009, manifesta oggi consensi sempre maggiori da parte di tutti i clienti più affezionati. Fondamentale appare il ruolo dei tedeschi, storicamente i turisti stranieri più numerosi in Veneto: nel 2017 sono 2,9 milioni, cifra che li distingue di molto dagli americani, secondi con 925mila arrivi. Anche in quanto a pernottamenti la Germania svetta tra gli stati esteri con 16,5 milioni di presenze, di molto superiori ai secondi in graduatoria (gli austriaci con 3,8 milioni). Scelgono prevalentemente una vacanza al lago (38%) o al mare (35,1%), ma come si può evincere dalla mappa, svolgono un ruolo fondamentale anche per diversi comuni montani.

Fig. 3.1.3 - Concentrazione di turisti provenienti dalla Germania. Quota del comune a confronto con la quota media regionale. Periodo 2014-2017



(*) Comuni non turistici o che non hanno ospitato turisti tedeschi

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

I turisti cinesi, dopo il picco del 2015 legato con ogni probabilità all'effetto Expo, seguito da un ridimensionamento nel 2016, ora tornano rapidamente a crescere (+21,1%), raggiungendo 741mila arrivi e 977mila presenze, diretti nel 94% dei casi verso una città d'arte. In generale, si evidenzia una ripresa anche degli altri Paesi BRIC: il Brasile (+19,6% degli arrivi e +22,8% delle presenze), il mercato russo (rispettivamente +31,7% e +24,4%), rilevante per l'economia turistica in senso esteso se si pensa che la loro spesa media giornaliera è tra le più alte, qualsiasi sia la motivazione del viaggio; India (+10,1% e +5,6%). Un confronto tra la graduatoria

Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

3

degli stati di provenienza dei turisti stranieri dell'anno 2000 e quella relativa all'anno appena concluso, mette in evidenza alcuni mercati emergenti: la Romania (che sale dal 31° al 18° posto), la Corea del Sud (dal 34° al 20°), l'Irlanda (dal 28° al 16°), la Russia (dal 23° al 12°) e l'India (34° nel 2005 e ora 27°).

Tab. 3.1.1 - Graduatoria delle presenze per provenienza dei turisti. Veneto - Anno 2017

Provenienza	Presenze	Quota % sul totale Veneto	Var.% 2017/16	Var.% 2017/07
Italia	22.083.919	31,9	3,0	-11,9
Germania	16.509.200	23,9	8,0	40,4
Austria	3.840.616	5,6	5,2	17,6
Regno Unito	2.625.616	3,8	1,1	5,5
Paesi Bassi	2.468.945	3,6	-6,3	3,4
U.s.a.	2.054.306	3,0	13,6	9,8
Francia	1.994.301	2,9	6,8	9,2
Svizzera-Liecht.	1.876.964	2,7	0,5	42,3
Danimarca	1.328.095	1,9	2,7	10,6
Polonia	1.164.772	1,7	12,8	92,3
Repubblica Ceca	1.122.756	1,6	20,3	48,8
Cina	977.127	1,4	21,1	201,2
Russia	850.900	1,2	24,4	100,5
Belgio	755.985	1,1	3,8	23,5
Spagna	754.990	1,1	5,2	-24,4
Ungheria	698.575	1,0	20,7	2,6
Irlanda	479.195	0,7	13,7	32,0
Australia	452.935	0,7	10,3	37,4
Romania	442.296	0,6	5,3	20,5
Brasile	405.893	0,6	22,8	95,9
Corea del Sud	370.257	0,5	10,3	151,2
Canada	365.399	0,5	10,0	17,4
...				
Totale	69.184.082	100,0	5,8	13,1

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

3.2 I cinque omprensori tradizionali ma intramontabili

L'attrazione sempre maggiore delle mete turistiche venete beneficia tanto il settore alberghiero - che accoglie i due terzi degli ospiti e che nell'ultimo triennio ha registrato incrementi del 13,5% degli arrivi e del 10,9% delle presenze - quanto le molteplici tipologie di strutture extralberghiere che nel loro complesso hanno avuto incrementi ancor maggiori (+27,9% degli arrivi e +12,7% delle presenze). Nelle tabella sottostante e in quelle che seguono, a fianco del confronto tra il 2017 e l'anno precedente, si propone la variazione rispetto al 2014, anno a partire dal quale l'interesse dei turisti italiani verso la destinazione Veneto è tornata a crescere. Per ultima, si riporta la variazione calcolata sull'intero ventennio di statistiche sul turismo.

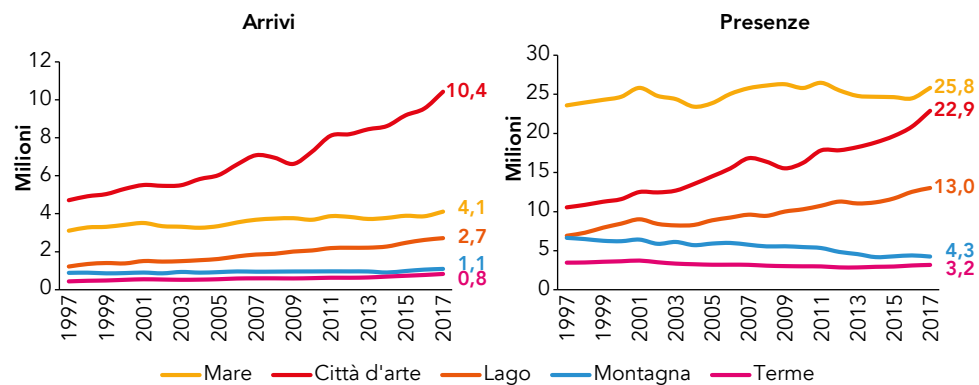
Tab. 3.2.1 - Movimento turistico per tipologia di struttura ricettiva. Veneto - Anno 2017

Tipologia di struttura	2017 (milioni)		Quota % sul totale regionale		Variazione %					
					annuale		triennale		ventennale	
	Arrivi	Pres.	Arrivi	Pres.	2017/16		2017/14		2017/97	
	Arrivi	Pres.	Arrivi	Pres.	Arrivi	Pres.	Arrivi	Pres.	Arrivi	Pres.
Alberghiera	12,8	33,1	66,6	47,8	4,6	2,7	13,5	10,9	69,8	32,6
Extralberghiera	6,4	36,1	33,4	52,2	13,3	8,8	27,9	12,7	125,8	37,8
Totale	19,2	69,2	100,0	100,0	7,4	5,8	17,9	11,8	85,2	35,3

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

Il 2017 è stato per il turismo veneto un anno di forte attrattività, tanto che ciascuno dei cinque comprensori ha battuto il proprio record storico di arrivi. Continuano a registrare ottime performance, con record anche sul fronte delle presenze, le città d'arte e il lago, con incrementi nell'ultimo anno prossimi rispettivamente al 10% e al +4%. Anche le località termali attraggono sempre più turisti (+6,9% degli arrivi), totalizzando un +2,3% delle presenze. Ma la torrida estate 2017 fa incrementare anche i turisti nelle località balneari, che, dopo un 2016 di stasi, riprendono a crescere nel numero (+6,4%) e nei pernottamenti (+5,5%). La montagna registra un aumento dei turisti e al tempo stesso una riduzione delle presenze per la contrazione della durata del soggiorno, ma per il settore alberghiero si evidenzia un +6,2% degli arrivi e un +3,1% delle presenze, grazie soprattutto a un dicembre innevato.

Fig. 3.2.1 - Arrivi e presenze per comprensorio. Veneto - Anni 1997:2017



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

Dai grafici che illustrano le statistiche degli ultimi 20 anni è evidente l'attrattività sempre maggiore delle città d'arte. Si nota anche il trend in forte crescita del lago, che partito nel 1997 con gli stessi arrivi e le stesse presenze della destinazione montana, ottiene negli anni risultati molto positivi anche grazie ad un mercato d'oltralpe sempre più affezionato.

Si nota quanto la domanda di viaggi diretti alle località balneari, lacuali o verso le città d'arte - caratterizzate da una forte componente straniera - si sia dimostrata più sensibile ai periodi di crisi internazionale (attentato alle torri gemelle del 2001 e inizio della crisi economica del 2008), che ne hanno rallentato la crescita.

Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

3

Tab. 3.2.2 - Movimento turistico per comprensorio. Veneto - Anno 2017

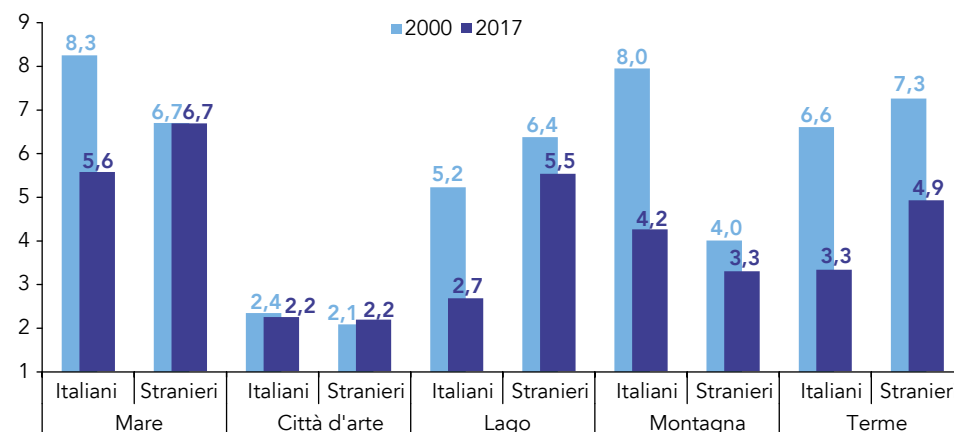
	2017 (milioni)		Quota % sul totale regionale		Variazione %					
					annuale		triennale		ventennale	
					2017/16		2017/14		2017/97	
	Arrivi	Pres.	Arrivi	Pres.	Arrivi	Pres.	Arrivi	Pres.	Arrivi	Pres.
Mare	4,1	25,8	21,5	37,4	6,4	5,5	8,8	4,7	32,6	9,6
Città d'arte	10,4	22,9	54,4	33,1	9,3	9,7	21,0	21,5	121,4	117,0
Lago	2,7	13,0	14,2	18,8	3,6	3,9	19,4	16,3	122,5	87,7
Montagna	1,1	4,3	5,7	6,2	3,6	-3,2	21,0	1,7	23,6	-35,7
Terme	0,8	3,2	4,3	4,6	6,9	2,3	20,0	8,1	88,1	-8,1
Totale	19,2	69,2	100,0	100,0	7,4	5,8	17,9	11,8	85,2	35,3

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

Soggiorni sempre più brevi, specialmente per gli ospiti italiani

Una tendenza che di anno in anno trova conferma è la progressiva e continua riduzione della permanenza nelle località di villeggiatura. La lunga vacanza estiva di un tempo è stata sostituita da una o più vacanze brevi nel corso dell'anno, anche in bassa stagione. La variazione nelle abitudini è più marcata nel caso dei nostri connazionali, che dal 2000 ad oggi hanno ridotto mediamente di 2-3 notti i soggiorni al mare, al lago e alle terme, e hanno dimezzato la permanenza in montagna. Invece la durata della vacanza degli stranieri si mostra invariata al mare (6-7 notti in media) e nelle città d'arte (circa 2 notti) e abbastanza stabile sia al lago che in montagna.

Fig. 3.2.2 - La permanenza media per provenienza e comprensorio turistico (*). Veneto - Anni 2000 e 2017



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

Tutti al mare

Il comprensorio balneare con 4,1 milioni di arrivi accoglie il 21,5% dei turisti che scelgono il Veneto come destinazione della propria vacanza. Grazie alla scelta

dei vacanzieri di trascorrervi una vacanza mediamente lunga (6,3 notti), le località della costa totalizzano la quota più rilevante delle presenze turistiche venete: i 25,8 milioni di pernottamenti costituiscono il 37,4% delle presenze regionali.

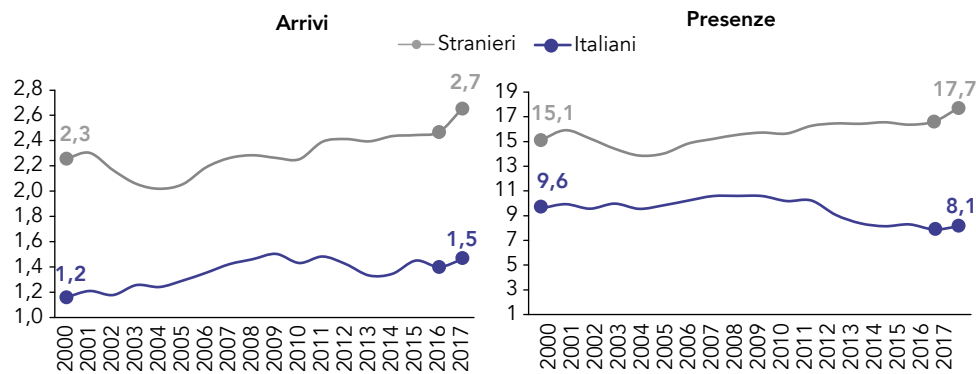
Tab. 3.2.3 - Movimento turistico nel comprensorio balneare. Veneto - Anno 2017

	2017		Quota % sul totale comprensorio		Variazione %					
					annuale		triennale		ventennale	
	Arrivi	Pres.	Arrivi	Pres.	2017/16		2017/14		2017/97	
Italiani	1.462.255	8.131.036	35,5	31,5	4,3	3,2	8,5	-0,1	34,8	-12,4
Stranieri	2.653.726	17.710.348	64,5	68,5	7,5	6,6	9,0	7,0	31,4	23,8
Totale	4.115.981	25.841.384	100,0	100,0	6,4	5,5	8,8	4,7	32,6	9,6

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

Il comprensorio balneare accoglie più di un terzo dei pernottamenti

Fig. 3.2.3 - Arrivi e presenze di turisti nel comprensorio balneare per provenienza (milioni). Veneto - Anni 2000:2017



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

Se negli ultimi anni il numero di turisti attratti dalle nostre località balneari ha avuto un andamento altalenante, l'attrattività del 2017 si è dimostrata in forte crescita. La vacanza al mare ha battuto il proprio record storico in quanto ad arrivi - per la prima volta superiori ai 4 milioni grazie ad un +6,4% - mentre le presenze non hanno superato il picco del 2011, nonostante l'aumento del +5,5% dell'ultimo anno. Tali risultati sono legati soprattutto alla forte e sempre maggiore attrattività esercitata sugli stranieri, che costituiscono il 64,5% dei clienti delle strutture ricettive del litorale veneto.

In particolare, la Germania non è solo lo stato estero più rilevante per la destinazione balneare - da qui proviene circa un quarto dei turisti, che sceglie questa destinazione per trascorrere un soggiorno mediamente superiore alle 8 notti - ma anche quello che negli ultimi anni ha più contribuito alla crescita del settore. Come si evince dal grafico che segue, che individua i mercati che hanno maggiormente contribuito (in senso positivo o negativo) ai risultati degli ultimi anni, per il mare è stato determinante anche il contributo dell'Austria, seconda nazione straniera in ordine di importanza. È stato determinante anche l'interesse di nuovo in crescita dei clienti italiani, non solo da parte dei veneti (+7,9% dal 2014)

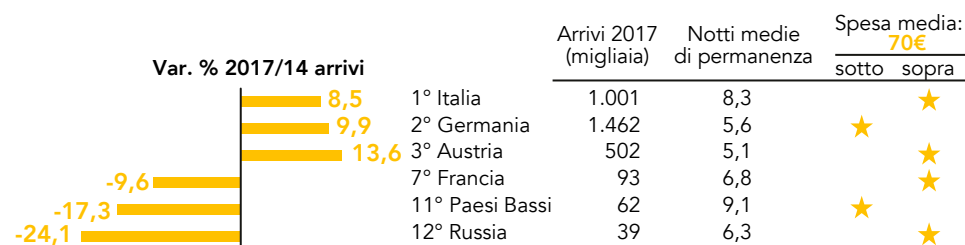
3

Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

che costituiscono la metà della clientela italiana, ma anche dei lombardi (+10,1%) e di tutte le altre provenienze italiane. Numeri crescenti che si accompagnano però a una diminuzione della permanenza media evidenziata dalla stazionarietà delle presenze. Contrariamente, la crescita è stata frenata dal segno negativo dei turisti olandesi che solitamente scelgono queste destinazioni per trascorrere delle vacanze lunghe (9,1 notti), ma anche da defezioni a partire dal 2014 da parte del mercato russo, con una ripresa del +19,4% dell'ultimo anno. I clienti francesi nel 2017 ricominciano a crescere (+4,7%), dopo anni di abbandono, che fanno perdere alla Francia il 3° posto tra i mercati esteri, occupato fino al 2011, fino a giungere al 6° posto attuale.

Fig. 3.2.4 - Le provenienze più rilevanti per il risultato del comprensorio balneare: variazione % arrivi 2017/14, posizione nella graduatoria degli arrivi 2017, notti di permanenza media e livello di spesa media procapite giornaliera (*)



(*) Spesa media giornaliera del periodo 2014-2017. Sono comprese le spese per alloggio, ristoranti e bar, acquisti, trasporto nel Paese visitato e altri servizi; nel caso degli stranieri è esclusa la spesa del viaggio a/r

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Banca d'Italia, Ciset e dati provvisori Istat-Regione Veneto

Le città d'arte vedono un continuo incremento dei pernottamenti

Città d'arte uniche al mondo

Record assoluto per le città d'arte, su tutti i fronti: arrivi e presenze, di italiani e di stranieri. Le strutture ricettive hanno accolto nel 2017 oltre 10 milioni di turisti per quasi 23 milioni di pernottamenti con degli incrementi da capogiro: rispettivamente +9,3% e +9,7% rispetto all'anno precedente, +21% rispetto al 2014. Risultati tanto positivi sono stati raggiunti anche grazie ai nostri connazionali, che svettano in prima posizione tra gli appassionati della destinazione culturale: tutte le provenienze italiane subiscono sempre più il fascino delle città venete, a cominciare dai lombardi, i più vicini e i più numerosi (+23,6% dal 2014), fino agli abitanti delle isole maggiori che affrontano un viaggio impegnativo pur di raggiungere le nostre città (+29,5% i sardi e +32,4% i siciliani).

Gli americani continuano a dimostrare interesse crescente per le città venete, rappresentando la principale provenienza straniera (850mila arrivi). Il secondo posto tra gli stati esteri in quanto ad arrivi spetta da anni alla Cina, che dopo il boom del 2015, anno dell'EXPO di Milano in cui in Veneto si raggiunsero i 782mila arrivi, nel 2017 si contano 634mila cinesi con un incremento rispetto alla situazione pre-EXPO del 17,7%. La rilevanza di tale mercato è sottolineata anche dall'elevata spesa sostenuta una volta giunti a destinazione: i cinesi sono i turisti che più apprezzano il lusso, con una spesa media giornaliera attorno ai 200€³, così come i

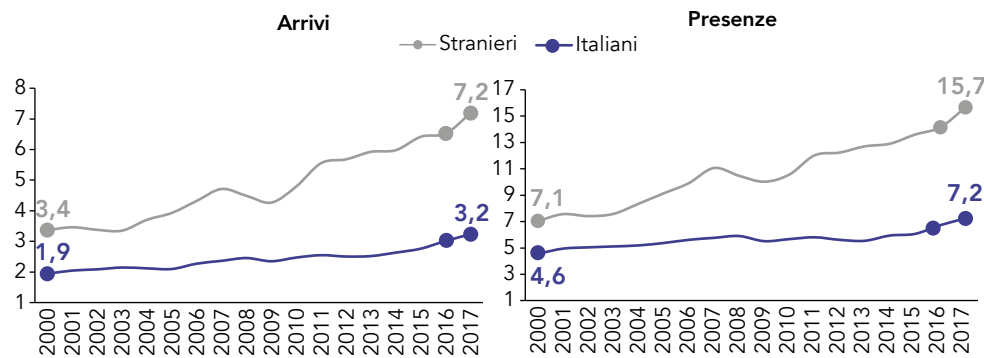
³ Sono comprese le spese per alloggio, ristoranti e bar, acquisti, trasporto nel Paese visitato e altri servizi, è esclusa la spesa del viaggio a/r

Tab. 3.2.4 - Movimento turistico nel comprensorio città d'arte. Veneto - Anno 2017

	2017		Quota % sul totale comprensorio		Variazione %					
					annuale		triennale		ventennale	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Pres.	2017/16	2017/14	2017/97	Arrivi	Pres.	Arrivi
Italiani	3.232.999	7.228.635	31,0	31,6	7,3	7,6	22,8	21,8	84,9	61,8
Stranieri	7.189.153	15.666.134	69,0	68,4	10,2	10,7	20,2	21,3	143,0	157,5
Totale	10.422.152	22.894.769	100,0	100,0	9,3	9,7	21,0	21,5	121,4	117,0

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

Fig. 3.2.5 - Arrivi e presenze di turisti nel comprensorio città d'arte per provenienza (milioni). Veneto - Anni 2000:2017



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

turisti provenienti da Arabia Saudita, Dubai, Hong Kong e Giappone; lo dimostra la scelta dell'alloggio (83% dei casi in alberghi a 4-5 stelle) a cui si accompagna la passione per gli acquisti a cui è riservato circa un quarto del budget. Gli altri mercati che hanno fornito un contributo decisivo per i numeri raggiunti negli ultimi anni sono Germania e Regno Unito. Tutte le provenienze hanno contribuito alla crescita avvenuta nell'ultimo anno, anche Russia e Giappone dopo un 2015 e un 2016 in forte contrazione.

Fig. 3.2.6 - Le provenienze più rilevanti per il risultato del comprensorio città d'arte: variazione % arrivi 2017/14, posizione nella graduatoria degli arrivi 2017, notti di permanenza media e livello di spesa media procapite giornaliera (*)

Var. % 2017/14 arrivi	Posizione	Arrivi 2017 (migliaia)	Notti medie di permanenza	Spesa media: 70€	
				sotto	sopra
22,5	1° Italia	3.233	2,2	★	★
25,1	2° U.S.A	850	2,2	★	★
17,7	3° Cina	694	1,3	★	★
31,0	4° Germania	619	2,6	★	★
32,6	5° Regno Unito	509	2,7	★	★
-15,5	10° Russia	176	2,1	★	★
-27,4	11° Giappone	171	1,7	★	★

(*) Spesa media giornaliera del periodo 2014-2017. Sono comprese le spese per alloggio, ristoranti e bar, acquisti, trasporto nel Paese visitato e altri servizi; nel caso degli stranieri è esclusa la spesa del viaggio a/r

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Banca d'Italia, Ciset e dati provvisori Istat-Regione Veneto

Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

3

Al lago prevalgono i turisti stranieri

Sport e relax al lago di Garda

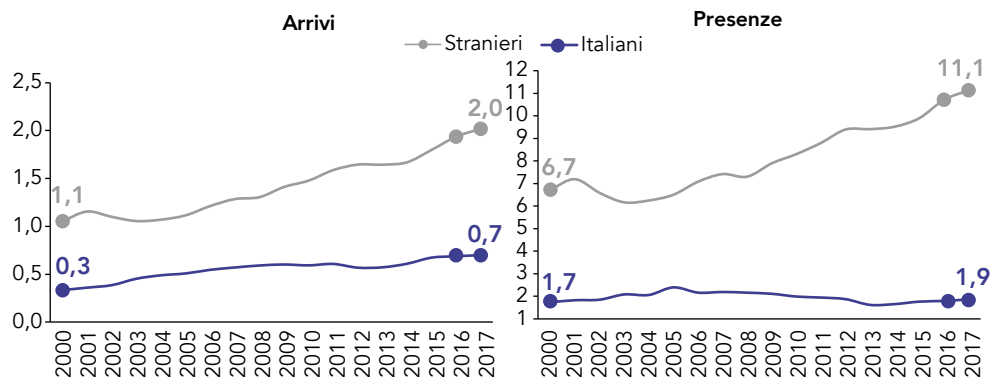
Anche il lago ha superato nel 2017 il proprio record storico sia in quanto ad arrivi (2,7 milioni) che di presenze (13 milioni), grazie sia ai forti incrementi degli stranieri, sia alla ripresa dell'appeal nei confronti degli italiani a partire dal 2014.

Tab. 3.2.5 - Movimento turistico nel comprensorio lacuale. Veneto - Anno 2017

	2017		Quota % sul totale comprensorio		Variazione %					
					annuale		triennale		ventennale	
	Arrivi	Pres.	Arrivi	Pres.	2017/16		2017/14		2017/97	
Italiani	701.262	1.868.294	25,8	14,4	1,8	3,8	14,9	12,4	108,0	18,1
Stranieri	2.018.670	11.138.756	74,2	85,6	4,2	3,9	21,0	16,9	128,0	108,3
Totale	2.719.932	13.007.050	100,0	100,0	3,6	3,9	19,4	16,3	122,5	87,7

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

Fig. 3.2.7 - Arrivi e presenze di turisti nel comprensorio lacuale per provenienza (milioni). Veneto - Anni 2000:2017



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

Fig. 3.2.8 - Le provenienze più rilevanti per il risultato del comprensorio lacuale: variazione % arrivi 2017/14, posizione nella graduatoria degli arrivi 2017, notti di permanenza media e livello di spesa media procapite giornaliera (*)

Var. % 2017/14 arrivi	Posizione	Paese	Arrivi 2017 (migliaia)	Notti medie di permanenza	Spesa media: 71€	
					sotto	sopra
24,0	1°	Germania	1.085	5,4	★	
14,9	2°	Italia	701	2,7		★
-3,0	3°	Paesi Bassi	161	9,3	★	
19,6	4°	Austria	151	4,0	★	
20,4	5°	Regno Unito	116	6,5		★
21,0	6°	Svizzera	86	4,3		★

(*) Spesa media giornaliera del periodo 2014-2017. Sono comprese le spese per alloggio, ristoranti e bar, acquisti, trasporto nel Paese visitato e altri servizi; nel caso degli stranieri è esclusa la spesa del viaggio a/r

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Banca d'Italia, Ciset e dati provvisori Istat-Regione Veneto

Solo nel caso dell'offerta lacuale la clientela italiana viene superata dai turisti provenienti da uno stato estero: la Germania. I tedeschi, costituendo circa il 40% della clientela, sono i clienti più affezionati del lago di Garda e stanno fornendo la maggiore spinta alla crescita del settore. Anche gli austriaci, gli inglesi e gli svizzeri hanno dimostrato un interesse crescente verso questo tipo di offerta. Invece gli olandesi mostrano negli anni un andamento altalenante.

Le Dolomiti e non solo

Le nostre località montane sono rappresentate dalle Dolomiti, diventate dal 2009 Patrimonio dell'umanità, ma offrono anche altro: cime stupende, aria cristallina, natura incontaminata, graziosi borghi che punteggiano romantiche vallate.

In montagna gli italiani riducono la permanenza

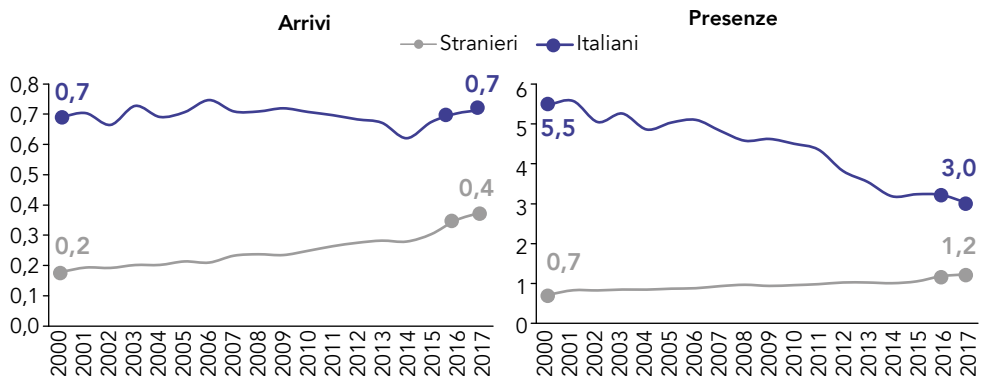


Tab. 3.2.6 - Movimento turistico nel comprensorio montano. Veneto - Anno 2017

	2017		Quota % sul totale comprensorio		Variazione %					
					annuale		triennale		ventennale	
	Arrivi	Pres.	Arrivi	Pres.	2017/16		2017/14		2017/97	
					Arrivi	Pres.	Arrivi	Pres.	Arrivi	Pres.
Italiani	713.848	3.028.420	65,5	71,1	1,7	-5,9	15,0	-4,9	-0,7	-48,8
Stranieri	375.187	1.232.559	34,5	28,9	7,3	4,1	34,5	22,3	131,0	72,7
Totale	1.089.035	4.260.979	100,0	100,0	3,6	-3,2	21,0	1,7	23,6	-35,7

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

Fig. 3.2.9 - Arrivi e presenze di turisti nel comprensorio montano per provenienza (milioni). Veneto - Anni 2000:2017



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

Continuano ad attirare un numero crescente di turisti, superiore al milione di arrivi: sta crescendo il numero di italiani (+1,7% nell'ultimo anno e +15% nel triennio), che costituiscono il principale mercato (65,5% degli arrivi) e cresce il numero di stranieri (rispettivamente +7,3% e +34,5%). Analizzando invece l'andamento dei pernottamenti, si evidenzia come la crescita delle presenze internazionali non sempre compensi completamente la riduzione di quelle italiane. Come già evidenziato in precedenza, la riduzione delle presenze è strettamente connessa al cambiamento di abitudini degli italiani, che alla lunga vacanza degli anni '90

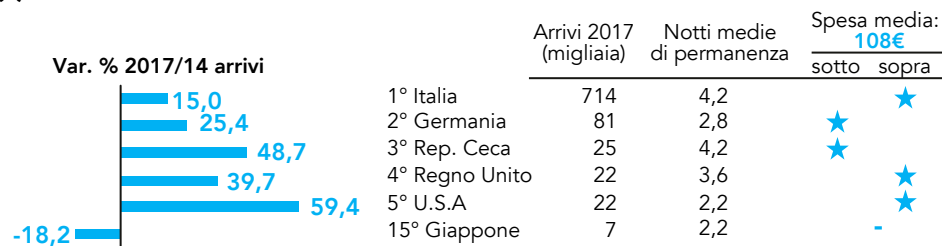
3 Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

(quando si permaneva mediamente 8 notti), hanno sostituito il week end o la vacanza breve, permanendo oggi mediamente 4,2 notti. Questa riduzione si nota in particolar modo per i veneti stessi, che costituiscono circa un quarto dei clienti e che, a fronte di un aumento nel triennio del 9,1% degli arrivi, diminuiscono le presenze del 17,8%.

Contributi positivi alla crescita degli arrivi vengono da tedeschi, cechi, inglesi e americani. Il numero di giapponesi, dopo anni di lieve crescita, nel 2017 è tornato alle 7mila unità d'inizio decennio.

Fig. 3.2.10 - Le provenienze più rilevanti per il risultato del comprensorio montano: variazione % arrivi 2017/14, posizione nella graduatoria degli arrivi 2017, notti di permanenza media e livello di spesa media procapite giornaliera (*)



(*) Spesa media giornaliera del periodo 2014-2017. Sono comprese le spese per alloggio, ristoranti e bar, acquisti, trasporto nel Paese visitato e altri servizi; nel caso degli stranieri è esclusa la spesa del viaggio a/r

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Banca d'Italia, Ciset e dati provvisori Istat-Regione Veneto

Le terme, apprezzabili tutto l'anno

Tab. 3.2.7 - Movimento turistico nel comprensorio termale. Veneto - Anno 2017

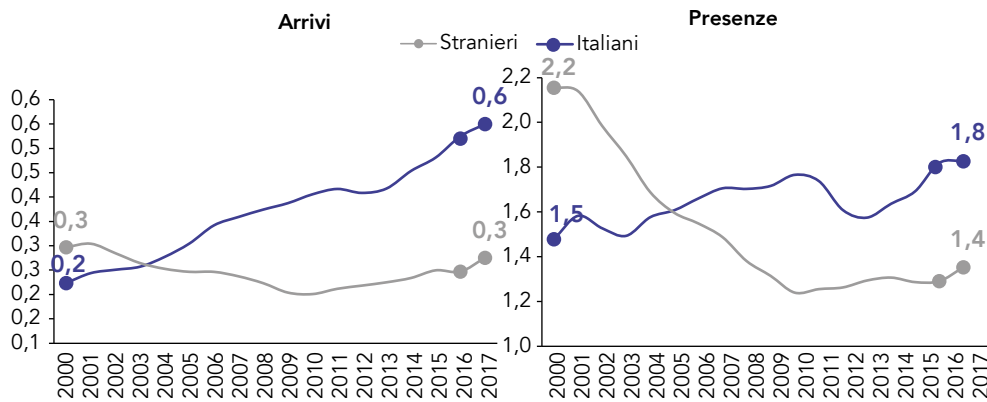
	2017		Quota % sul totale comprensorio		Variazione %					
					annuale		triennale		ventennale	
					2017/16		2017/14		2017/97	
	Arrivi	Pres.	Arrivi	Pres.	Arrivi	Pres.	Arrivi	Pres.	Arrivi	Pres.
Italiani	550.252	1.827.534	66,7	57,5	4,8	0,5	21,2	11,7	196,8	33,7
Stranieri	275.224	1.352.366	33,3	42,5	11,5	4,8	17,7	3,5	8,6	-35,4
Totale	825.476	3.179.900	100,0	100,0	6,9	2,3	20,0	8,1	88,1	-8,1

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

Alle terme si riduce la durata del soggiorno

Alle terme il record sul numero di arrivi del 2017, oltre 800 mila (+6,9% rispetto all'anno precedente), non è accompagnato da un record sulle presenze, che risale al 2001: ora sono 3,2 milioni, a inizio secolo 3,7. Questa tipologia di offerta è apprezzata da un pubblico prevalentemente italiano (66,7%) e mostra nel tempo una riduzione della durata del soggiorno che impedisce di ottenere le presenze del passato: da quasi 8 notti degli anni '90 ora la media è di 3,9 notti. Nel corso degli anni è cresciuto in particolar modo l'interesse degli italiani, che dal 2004 hanno superato i clienti stranieri e ai quali è legato il più elevato contributo alla crescita del settore. In questa tipologia di destinazione sta assumendo una certa rilevanza anche l'attrattività esercitata sugli stessi veneti, il cui numero è più che

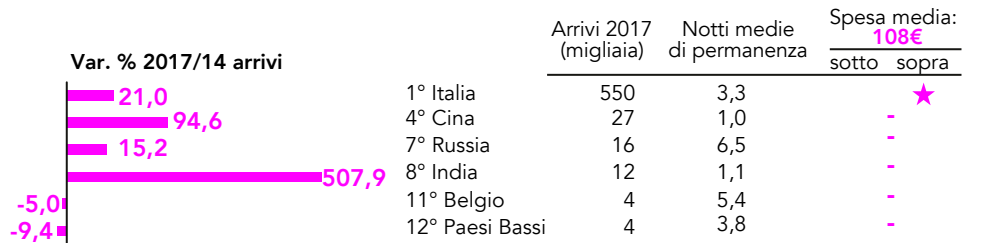
Fig. 3.2.11 - Arrivi e presenze di turisti nel comprensorio termale per provenienza (milioni). Veneto - Anni 2000:2017



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

raddoppiato dal 2008 ad oggi (+32,9% degli arrivi e +17,6% delle presenze nel triennio). Dopo il mercato nazionale, viene quello tedesco e austriaco, ma i maggiori contributi alla crescita degli arrivi sono imputabili alle nuove provenienze, Cina, Russia e India in primis, dei quali tra l'altro non è ancora disponibile una stima della spesa. Si è invece ridotto l'interesse di belgi e olandesi.

Fig. 3.2.12 - Le provenienze più rilevanti per il risultato del comprensorio termale: variazione % arrivi 2017/14, posizione nella graduatoria degli arrivi 2017, notti di permanenza media e livello di spesa media procapite giornaliera (*)



(*) Spesa media giornaliera del periodo 2014-2017. Sono comprese le spese per alloggio, ristoranti e bar, acquisti, trasporto nel Paese visitato e altri servizi; nel caso degli stranieri è esclusa la spesa del viaggio a/r

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Banca d'Italia, CISET e dati provvisori Istat-Regione Veneto

3.3 La stagionalità dei flussi turistici

Oltre al far fronte a una concorrenza mondiale crescente da parte di paesi emergenti, tra le sfide che si prospettano al turismo appare anche la riduzione dell'effetto stagionale sulla domanda. La stagionalità attuale, con alta concentrazione nei mesi estivi, non influisce solamente sulle entrate: un flusso più equidistribuito durante l'arco dell'anno comporta un miglior utilizzo delle infrastrutture esistenti e del personale, che perverrebbe anche ad una maggiore stabilità lavorativa.

Per sintetizzare la situazione attuale del turismo veneto e confrontarla con quella d'inizio secolo, è stato calcolato il rapporto di concentrazione R degli arrivi di

Dal 2001 si assiste ad una più equa distribuzione nel corso dell'anno



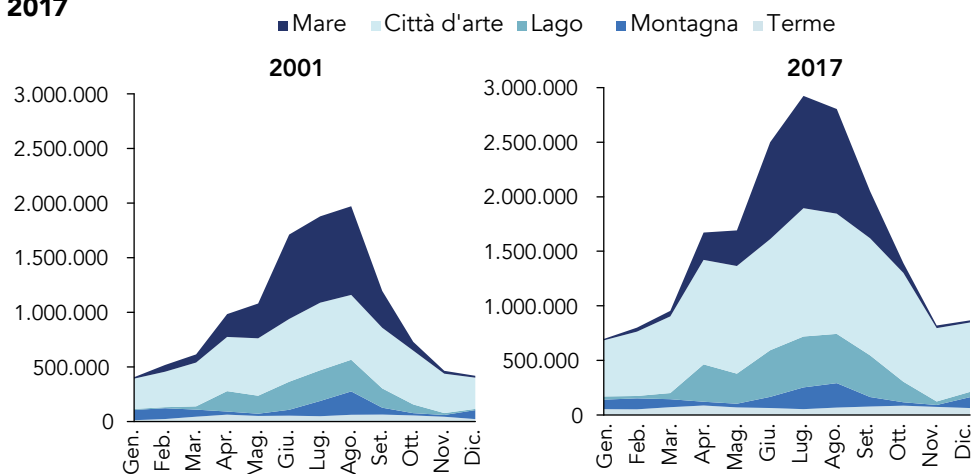
3 Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

turisti nel corso dei mesi dell'anno⁴. Questo assume valori da 0, valore minimo che indica assenza di stagionalità (nessuna concentrazione di arrivi), a un massimo di 1, estremo teorico che si raggiungerebbe se tutti i turisti arrivassero in un solo mese (massima concentrazione).

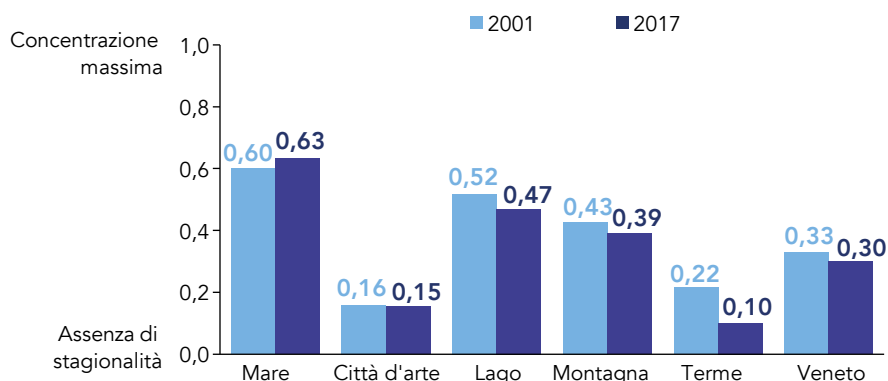
Il flusso di turisti, che scelgono il Veneto per trascorrere le proprie vacanze, è caratterizzato da una forte stagionalità soprattutto per l'attrattività esercitata dalle località balneari, lacuali e montane. Dal 2001 ad oggi, però, si assiste a un leggero miglioramento: il valore più basso assunto dall'indicatore nel 2017 mette in evidenza una distribuzione dei flussi nel corso dell'anno più equa, rispetto al passato, per il comprensorio lacuale, montano e termale.

Fig. 3.3.1 - Arrivi di turisti per mese e comprensorio. Veneto - Anni 2001 e 2017



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

Fig. 3.3.2 - Rapporto di concentrazione R degli arrivi di turisti per comprensorio (*). Veneto - Anni 2001 e 2017



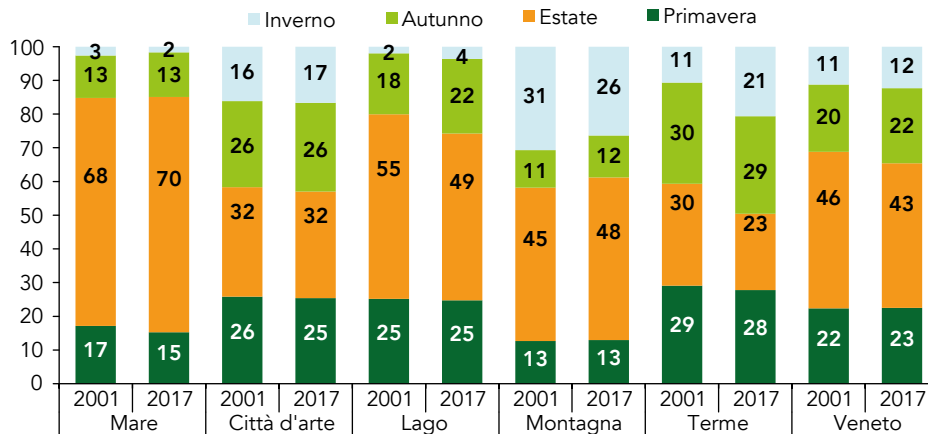
(* $R = \text{differenza media assoluta} / (2 \times \text{media aritmetica})$)

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

⁴ Il rapporto di concentrazione, in questa applicazione, misura quanto dista la distribuzione effettiva degli arrivi mensili dalla perfetta equidistribuzione.

Scendendo più nel dettaglio, come si può notare dal grafico seguente che suddivide i turisti di ciascun comprensorio in base alla stagione di arrivo⁵, al lago si riduce la quota di chi sceglie la stagione estiva (da 55% e 49%), a favore specialmente di quella autunnale (da 18% a 22%). Allo stesso modo in montagna aumenta la quota di chi predilige l'estate e l'autunno. Per le terme, infine, è aumentata l'attrattiva della stagione invernale.

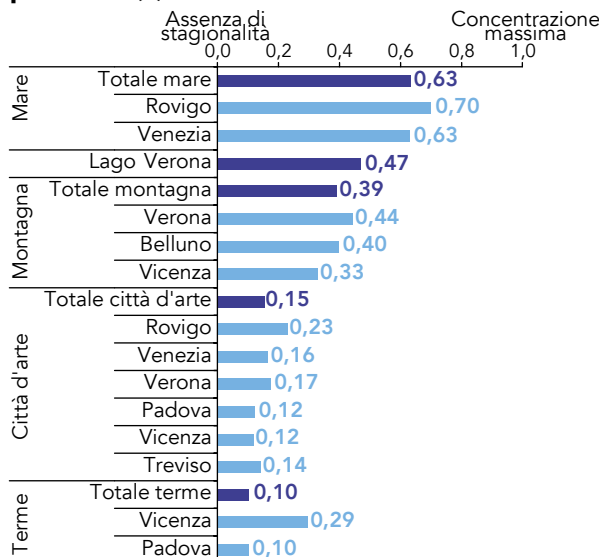
Fig. 3.3.3 - Quota % di arrivi per stagione (*) e comprensorio. Veneto - Anni 2001 e 2017



(*) Primavera = marzo, aprile, maggio; Estate = giugno, luglio, agosto; Autunno = settembre, ottobre, novembre; Inverno = dicembre, gennaio, febbraio

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

Fig. 3.3.4 - Rapporto di concentrazione (R) degli arrivi di turisti per comprensorio e provincia (*). Veneto - Anno 2017



(*) $R = \text{differenza media assoluta} / (2 \times \text{media aritmetica})$

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

⁵ Primavera = marzo, aprile, maggio; Estate = giugno, luglio, agosto; Autunno = settembre, ottobre, novembre; Inverno = dicembre, gennaio, febbraio

3 Analisi del sistema turistico del Veneto

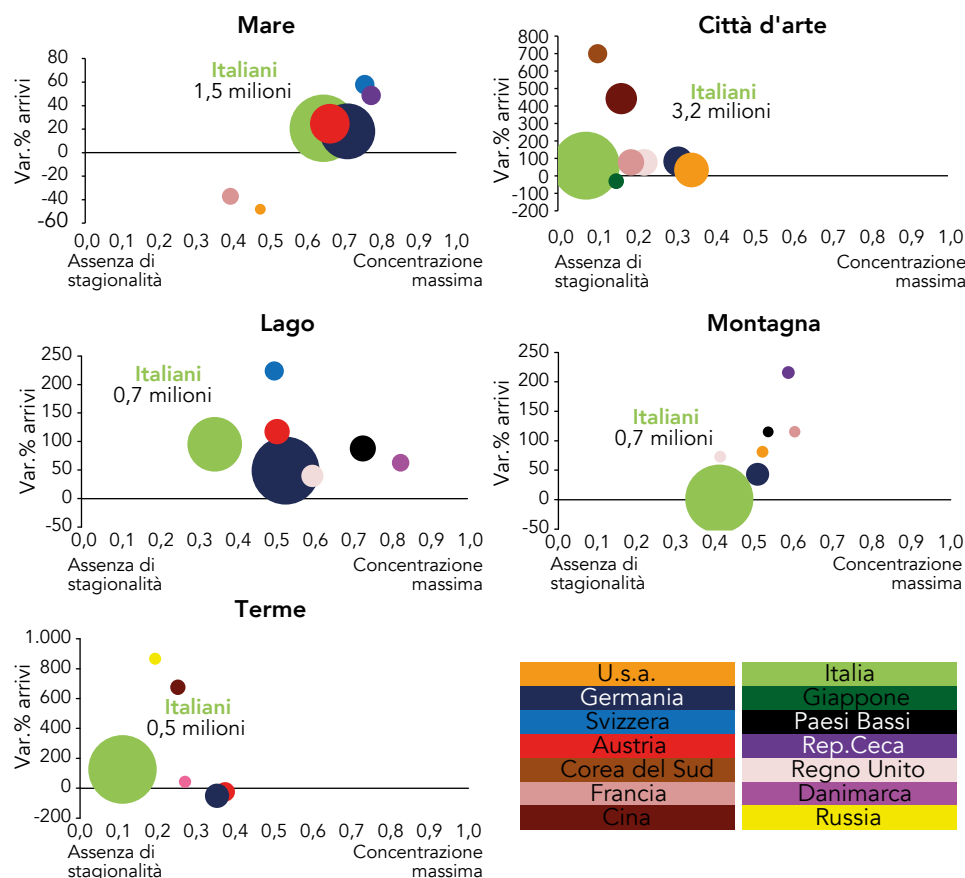
l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

A questo punto, per ciascuna tipologia di destinazione, analizziamo le eventuali differenze presenti sul territorio nonché le propensioni manifestate dalle differenti nazionalità dei turisti sulla scelta del periodo di vacanza.

Si evidenzia come, tra i principali mercati, siano sempre gli italiani i clienti più propensi a distribuirsi maggiormente durante la stagione: viaggi a breve percorrenza, ripetibili, meno costosi, in momenti meno affollati sono fattori determinanti per una scelta del periodo di svago e relax anche in mesi di media-bassa stagione.

I soggiorni presso le nostre località di mare sono, per loro natura, quelli più concentrati nei mesi estivi. Spiccano con valori prossimi a 0,7 le località Rosolina, Bibione, Caorle e Cavallino-Treporti. Per Chioggia e soprattutto per il Lido di Venezia invece si riscontra una distribuzione degli arrivi meno concentrata (R pari rispettivamente a 0,61 e 0,31), grazie all'attrattività esercitata dai centri storici; indice più contenuto anche per il territorio di Jesolo-Eraclea (R=0,55). I turisti più propensi a soggiornare al mare anche in bassa stagione sono i francesi e gli americani, i quali da 2001 ad oggi hanno fortemente ridotto la loro presenza presso le nostre località costiere.

Fig. 3.3.5 - Arrivi di turisti (dimensione bolla) in ciascun comprensorio dai mercati più rilevanti per l'andamento del comprensorio, variazione % 2017/01 degli arrivi e concentrazione dei flussi durante dell'anno (*). Veneto - Anno 2017



(* Il rapporto di concentrazione misura quanto dista la distribuzione effettiva degli arrivi mensili dalla perfetta equidistribuzione. Varia tra 0 e 1: vale 0 in assenza di stagionalità (perfetta equidistribuzione), vale 1 in caso di massima concentrazione degli arrivi in un mese.

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

Le località del lago di Garda vedono nella stagione primaverile, in corrispondenza del mese in cui ricade la Pasqua, un'impennata di arrivi che crescono ulteriormente in estate. La concentrazione di turisti in alcuni periodi dell'anno è quindi molto elevata ($R=0,47$). Due nazionalità di turisti risultano attratti da questa tipologia di villeggiatura in periodi ancor più limitati: i danesi ($R=0,83$) e gli olandesi ($R=0,73$), clienti che arrivano prevalentemente a giugno-luglio i primi (78,1%) e a luglio-agosto i secondi (66,2%) con un'elevata durata media del soggiorno (7,8 e 9,3 notti rispettivamente).

La vacanza in montagna, concentrata principalmente nelle stagioni invernali ed estive, trova nella Lessinia una stagionalità più accentuata, e invece nel bellunese, in particolare nella zona di Belluno-Feltre-Alpago una domanda leggermente più equamente distribuita durante l'anno.

Le città d'arte e le terme sono i comprensori che si dimostrano più prossimi all'equidistribuzione di arrivi durante l'anno. In particolare alle terme la stagione si è ulteriormente allargata, essendosi ridotta la quota di arrivi in estate (da 30% nel 2001 a 23% nel 2017).

Alle terme euganee il flusso dei turisti appare più distribuito nel corso dell'anno rispetto a Recoaro Terme.

3.4 I viaggi dei veneti

La vacanza rappresenta non solo un momento di relax e di svago necessario a ritrovare un proprio spazio al di là degli impegni quotidiani, ma anche un'esperienza per assaporare nuove emozioni, nuove culture, realtà differenti dalla propria e un'occasione per relazionarsi con persone nuove, stringere legami.

Gli italiani che giungono in Veneto sono diretti prevalentemente verso le nostre città d'arte (48,5%), mentre nel conteggio dei pernottamenti la destinazione città d'arte è allo stesso livello del comprensorio balneare, registrando entrambi circa un terzo delle presenze venete.

Quali sono le scelte dei residenti in Veneto? Nel 2016 il 69,1% dichiara di potersi permettere una settimana di vacanza all'anno (contro il 54,7% degli italiani nel complesso).

La meta preferita dai veneti è principalmente l'Italia, destinazione di circa l'80% dei viaggi, e le mete preferite entro i confini nazionali sono proprio le località turistiche della nostra regione che ottengono nel 2016 il 29,8% degli arrivi, la seconda meta dei turisti veneti è il Trentino Alto Adige (17,1%). I veneti dimostrano un interesse crescente nei riguardi di quasi tutte le regioni italiane, infatti negli ultimi anni stanno riducendo solamente i viaggi diretti a località della Sicilia, della Campania e del Molise.

Dati più recenti disponibili per il nostro territorio, indicano che nel 2017 i turisti veneti che hanno soggiornato in Veneto sono stati quasi un milione e 700mila, risultando in crescita rispetto al 2016 (+3,2% arrivi) e stabili in quanto a presenze (-0,4%). Il mercato "nostrano" risulta di fondamentale importanza per il turismo veneto, visto che rappresenta l'8,8% degli arrivi e il 10,8% delle presenze, quote inferiori solo a quelle dei tedeschi (rispettivamente 14,9% e 23,9%). Vista la rilevanza del fenomeno, risulta interessante osservare anche come si sviluppano gli spostamenti dei residenti sul territorio.

I veneti scelgono la propria regione generalmente per trascorrere una vacanza al mare, meta del 44% dei villeggianti. La seconda destinazione preferita per un soggiorno in strutture a pagamento risulta quella delle città d'arte che nel 2017 hanno accolto il 24,7% dei veneti. Le località termali hanno saputo attrarre sempre più l'attenzione dei nostri corregionali, tanto che negli ultimi dieci anni i clienti



**I veneti
preferiscono il
viaggio in Italia**

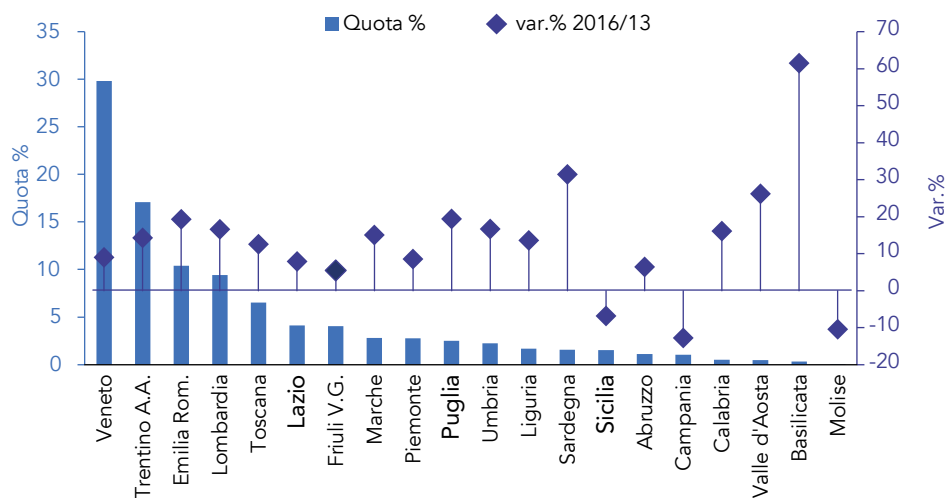


Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

3

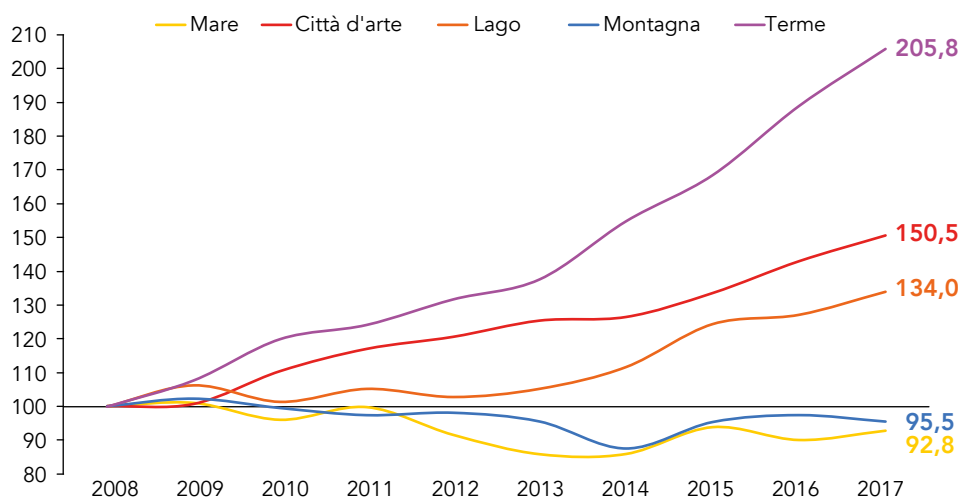
Fig. 3.4.1 - Regioni italiane visitate dai turisti veneti. Quota % arrivi 2016 e variazioni % 2016/13



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

veneti risultano raddoppiati. Nel 2017 tutti i comprensori veneti hanno potuto contare su un numero di turisti veneti in aumento, ad eccezione della montagna: per apprezzare l'atmosfera e le irripetibili opportunità estive e invernali offerte dalle nostre Dolomiti, molti veneti effettuano escursioni giornaliere o utilizzano una seconda casa, oppure sono ospiti da parenti e amici, fenomeni non completamente quantificabili, ma che rappresentano senz'altro una realtà significativa per la montagna veneta.

Fig. 3.4.2 - Numero indice (*) degli arrivi di turisti veneti per comprensorio (anno base = 2008). Veneto - Anni 2008:2017



(*) Numero indice = (arrivi anno t / arrivi anno base) x 100

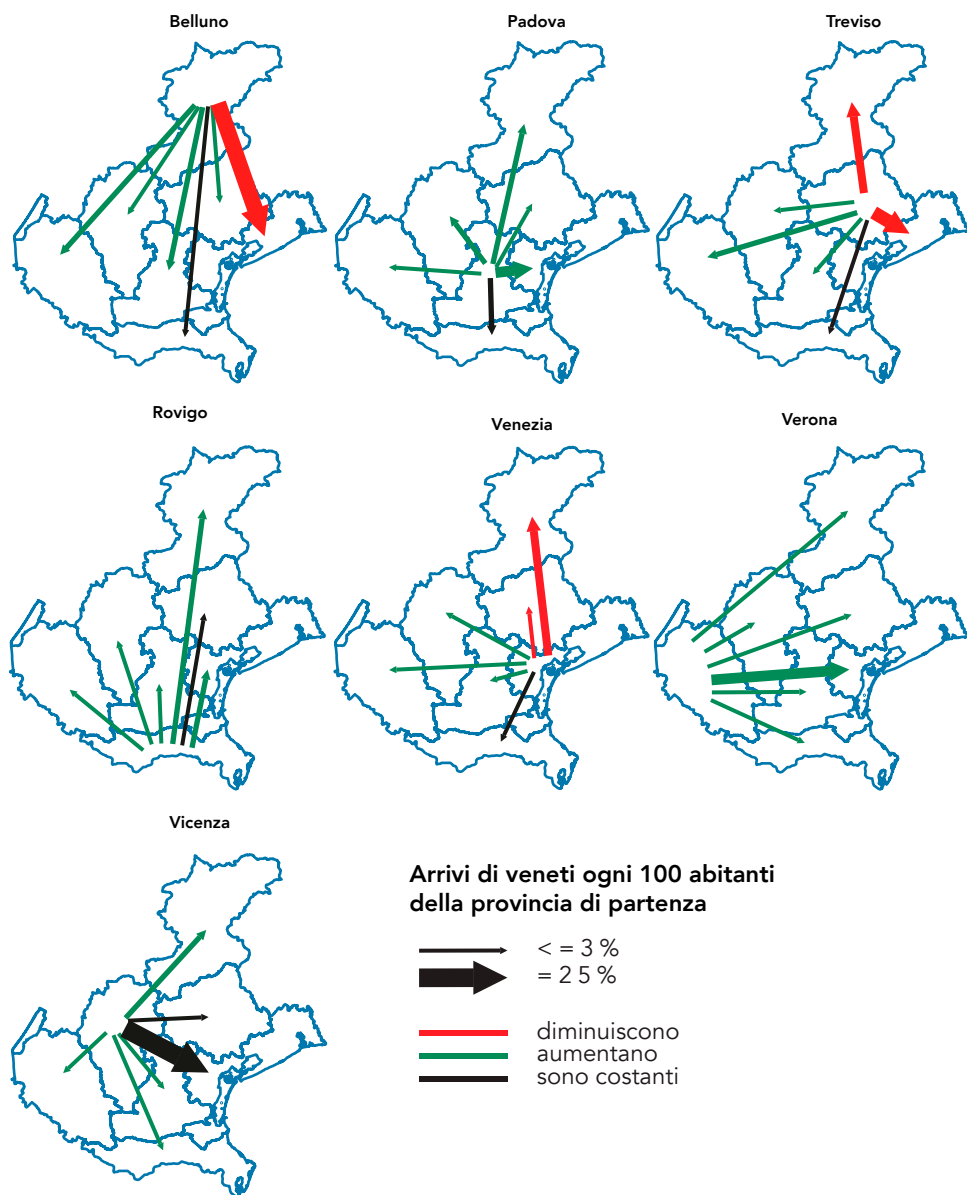
Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

La riduzione della permanenza nella località di villeggiatura, riscontrabile anche per i veneti in Veneto, evidenzia la generale tendenza a sostituire il lungo periodo

di ferie con brevi vacanze ripetute durante l'arco dell'anno e/o con dei week end fuori città. L'aumento di arrivi (+10,2% dal 2008) è stato infatti accompagnato da una riduzione graduale della permanenza nelle località di villeggiatura, passata dalle 6,6 notti alle 4,4 attuali.

Solo nel 19,2% dei casi il soggiorno è effettuato all'interno della provincia di residenza: la vacanza entro provincia, come ci si aspetta, è poco diffusa (da un minimo di 2 trevigiani ogni 100 residenti ad un massimo di 14 veneziani ogni 100).

Fig. 3.4.3 - Veneti che soggiornano in altre province venete per destinazione, ogni 100 abitanti della provincia di residenza - Anno 2017 e variazione 2017/15



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

Analisi del sistema turistico del Veneto

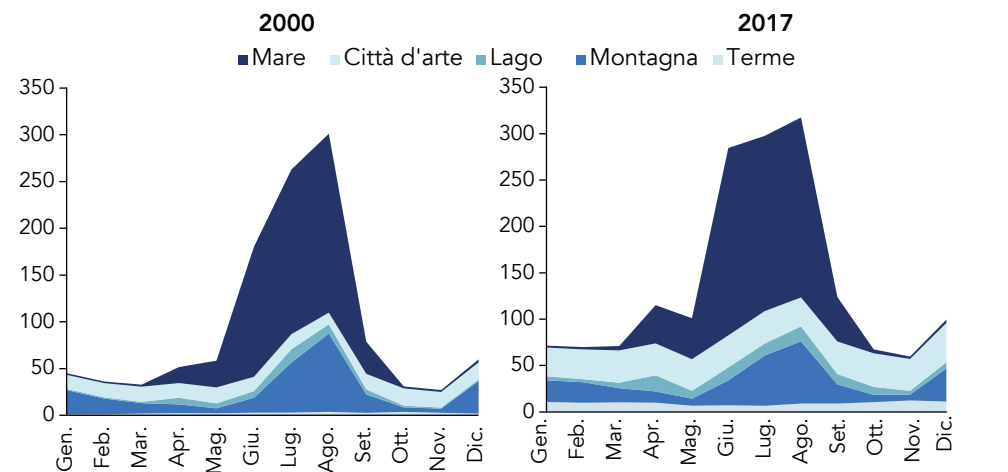
l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

3

La fetta più grossa dei viaggi riguarda soggiorni in province diverse da quella di residenza (80,8% dei casi). Il desiderio di conoscere le altre province della propria regione accomuna tutti i veneti e nel 2017 riguarda da un minimo di 19 rodigini e veneziani ogni 100 residenti ad un massimo di 36 vicentini ogni 100. L'esplorazione della propria regione, sicuramente arricchita dai sapori delle specialità culinarie locali, è un fenomeno in crescita, specialmente nell'ultimo periodo, com'è evidenziato nel grafico sottostante dalla prevalenza di frecce color verde.

Un'altra tendenza riscontrabile negli ultimi anni riguarda la scelta del periodo durante il quale effettuare la vacanza: l'alta stagione riceve naturalmente sempre i maggiori consensi, ma l'alternativa di viaggiare nel resto dell'anno attrae sempre più i turisti, in particolar modo i veneti stessi. Una stagionalità i cui confini appaiono sempre meno nitidi indica una propensione verso il risparmio, ma anche il desiderio di evitare le giornate di maggior traffico e di godere di una vacanza lontana dal caos dell'alta stagione.

Fig. 3.4.4 - Arrivi di turisti veneti per mese e comprensorio (migliaia). Veneto - Anni 2000 e 2017



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto

Il flusso di turisti veneti che trascorrono le vacanze nella propria regione è caratterizzato da una forte stagionalità, soprattutto per l'attrattività esercitata dalle località balneari e montane, ma dall'inizio del secolo si assiste complessivamente a un leggero miglioramento. Questo è dovuto ad un allungamento della stagione balneare e a flussi lievemente più equidistribuiti nel corso dell'anno in montagna, al lago e alle terme.

Una misura della propensione dei veneti a viaggiare all'estero è ricavabile dall'indagine sul turismo internazionale della Banca d'Italia. Sono circa 3,1 milioni i viaggiatori veneti che nel 2017 soggiornano almeno una notte al di fuori dei confini nazionali, non solo in strutture a pagamento ma anche ospiti da parenti e amici o in case di proprietà. La stessa persona può compiere diversi viaggi e per motivi anche diversi (vacanza, lavoro, cure, ecc.). Se rapportiamo tale stima alla popolazione residente sul territorio, i veneti risultano più propensi a viaggiare all'estero rispetto agli italiani, facilitati anche dalla vicinanza dei confini: 63,3 ogni 100 abitanti, contro un dato nazionale pari a 52,8.

Oltre frontiera i veneti spendono circa 640€ in media a viaggiatore contro i 700€

degli italiani⁶. La spesa più bassa è in parte imputabile alla durata del viaggio, in media di 6,9 notti nel caso dei veneti contro le 8,7 degli italiani. La spesa media giornaliera dei veneti all'estero è di 92€ e, nel corso degli ultimi anni, si dimostra sostanzialmente costante.

Nell'ultimo anno si evidenzia una nuova spinta dei veneti a viaggiare all'estero (+5,5% dei viaggiatori) e al tempo stesso una contrazione del numero delle notti, con un uso in crescita di case in affitto, B&B e ospitalità di parenti e amici, tipologie di alloggio che accolgono complessivamente circa un terzo dei villeggianti.



⁶ Le cifre relative alla spesa comprendono vitto, alloggio, acquisti, servizi utilizzati ed escludono solo le spese di viaggio a/r

Analisi del sistema turistico del Veneto: l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

4



Il turista straniero viene in compagnia e apprezza soprattutto l'arte e l'ambiente

Gli stranieri spendono in media **105€** al giorno; chi fa una vacanza in una città d'arte spende di più **134€**

Gli italiani viaggiano prevalentemente in famiglia e con l'auto. Spendono circa **100€** al giorno

Gli escursionisti italiani sono **14 milioni** e si concentrano nel periodo Luglio-Settembre

Cap. 4 – La profilazione e il comportamento del turista

Dall'indagine "Be-Italy" commissionata da ENIT - Agenzia Nazionale del Turismo - all'istituto di ricerca IPSOS, che ha indagato percezione ed immagine dell'Italia in 18 Paesi stranieri, emerge che l'Italia è la meta più desiderata al mondo: il 37% della popolazione sceglierebbe il nostro Paese per una vacanza "premio" all'estero (41% tra i ceti elevati), seguono Stati Uniti (32%) e Australia (31%). Il Belpaese è al top per immagine associata a qualità della vita, creatività ed inventiva, superando Canada, Australia e Stati Uniti. Il 29% della popolazione mondiale dichiara di avere pianificato un viaggio in Italia entro 5 anni (45% fra i ceti elevati). Il dato sale al 54% se si considerano i ceti elevati dei Paesi definiti "prospect" (Cina, Russia, Turchia, India, Brasile, Sud Africa, Nigeria, Marocco).

Per quanto riguarda il Veneto, Venezia è la seconda città che viene in mente ad uno straniero se pensa all'Italia, dopo Roma e prima di Milano, Firenze, Napoli, Torino e Verona, che si trova al 7-mo posto. Il Veneto è la quinta regione più conosciuta tra le regioni italiane dagli stranieri e viene dopo Sicilia, Toscana, Sardegna e Lombardia. La nostra regione registra comunque la terza posizione per interesse ad essere visitata. Tra i 15 principali siti di attrazione turistica in Italia, vi sono ben 5 siti veneti: Piazza San Marco, le Alpi, il Ponte di Rialto, il Lago di Garda e le Dolomiti. Tra le prime 10 istituzioni artistiche e culturali italiane più conosciute, ve ne sono ben 4 venete: il Festival del Cinema di Venezia, il Carnevale di Venezia, la Biennale di Venezia e la Fenice a Venezia; mentre nella classifica dei musei stilata da TripAdvisor le Gallerie dell'Accademia di Venezia si trovano al primo posto, seguite dai Musei Vaticani e Gallerie degli Uffizi¹.

Per capire come migliorare l'offerta e a chi rivolgerla, diventa importante analizzare la tipologia del turista che sceglie il Veneto come meta del proprio viaggio o vacanza, conoscere le opinioni dei turisti rispetto al territorio e alla propria esperienza di vacanza, capirne motivazioni e tendenze.

Si danno di seguito le informazioni sul turista-tipo a seconda che sia italiano e straniero, sulla base delle rilevazioni di statistica ufficiale.

4.1 Il turista straniero

Risulta interessante e utile a fini programmatori e promozionali avere elementi sul profilo del turista, tra cui le motivazioni per cui compie un viaggio in Veneto, le abitudini di spesa, un giudizio sull'esperienza appena conclusa.

Come si è visto, i flussi stranieri svolgono un ruolo fondamentale per il turismo veneto, fungendo da traino in momenti di crisi della domanda domestica.

La Banca d'Italia stima che le entrate derivanti dall'incoming straniero² in Veneto si attestino nel 2017 a 5,9 miliardi di euro, comprendendo in questa quantificazione le spese effettuate per alloggio, acquisti e una serie di altri servizi, che saranno dettagliati in seguito, da parte dei viaggiatori che sono solo di passaggio, di chi è ospite da parenti o amici, di chi utilizza una seconda casa, di chi alloggia in strutture ricettive a pagamento. Le spese si dimostrano in forte crescita rispetto all'anno precedente (+8,4%), soprattutto grazie all'aumento delle entrate connesse

**5,9 miliardi di €
spesi dagli stranieri
in Veneto**



¹ Fonte TripAdvisor, classifica per numero di recensioni al 2/11/2016.

² Questo focus deriva dall'utilizzo dei dati individuali dell'indagine alle frontiere resi disponibili dalla Banca d'Italia. Da tutti i calcoli si esclude il costo del viaggio per giungere a destinazione. L'esclusione delle spese di trasporto di andata e ritorno è imposta dalla definizione di spesa turistica della bilancia dei pagamenti.

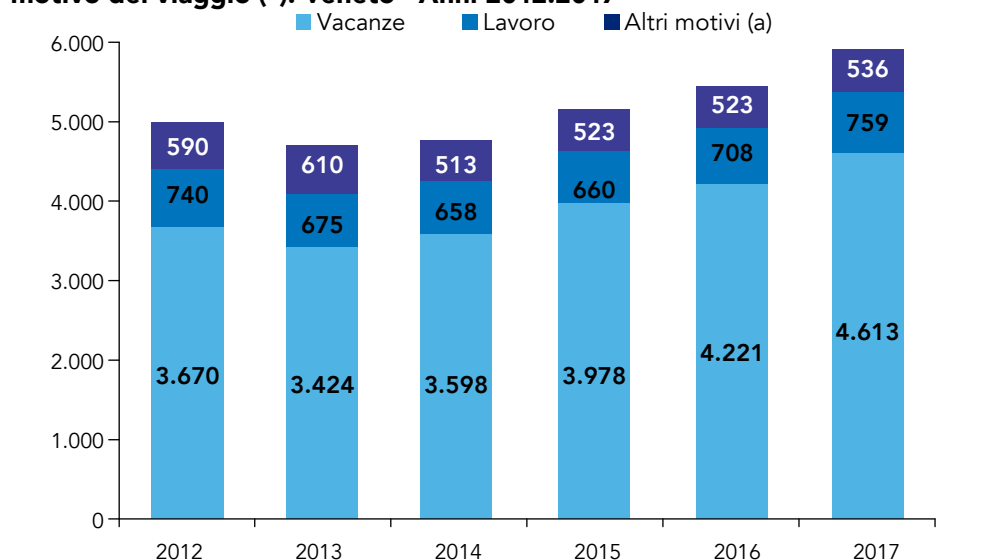
Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

4

alle vacanze (+9,3%), le più rilevanti, ma anche a quelle legate a viaggi di lavoro (+7,2%) e ad altri motivi personali, quali visita a parenti e amici, studio, cure, viaggio di nozze, shopping, pellegrinaggio, ecc. (+2,5%). Negli ultimi 5 anni le entrate hanno registrato un aumento complessivo del 18,2%.

Fig. 4.1.1 - Spesa dei viaggiatori stranieri (milioni di € a prezzi correnti) per motivo del viaggio (*). Veneto - Anni 2012:2017



(*) Sono comprese le spese per alloggio, ristoranti e bar, acquisti, trasporto nel Paese visitato e altri servizi, è esclusa la spesa del viaggio a/r

(a) Visita a parenti e amici, studio, cure, viaggio di nozze, shopping, pellegrinaggio, ecc.

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Banca d'Italia

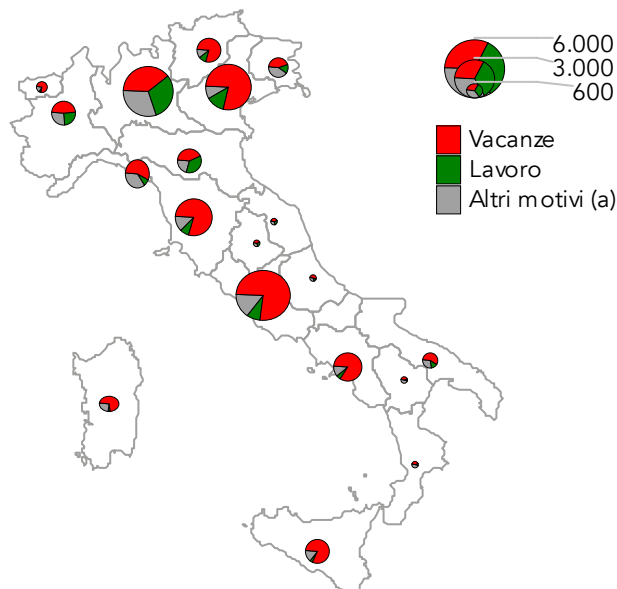
La spesa che i turisti stranieri compiono in Veneto rappresenta il 15,1% di quella totalizzata nell'intera penisola e risulta inferiore solo a quella effettuata nel Lazio e prossima a quella della Lombardia. In Lazio la spesa degli stranieri in vacanza è superiore a quella veneta (5,2 contro 4,6 miliardi di euro), si registra il doppio di spesa diretta a visite a parenti e amici, mentre inferiori sono le somme spese per viaggi di lavoro (558 contro i 759 milioni di euro veneti). La spesa totalizzata in Lombardia si differenzia da quella veneta soprattutto per la composizione: una spesa molto più diretta ai viaggi d'affari, di studio e per acquisti, piuttosto che a vere e proprie vacanze a cui è diretta solo il 41% della spesa, contro il 78% in Veneto.

Gli stranieri che nel 2017 trascorrono un'unica giornata sul nostro territorio, senza pernottare, spendono mediamente 116€ per effettuare acquisti, pranzare, eventuali spostamenti all'interno del paese visitato e altri servizi. Si tratta di una cifra molto superiore alla media nazionale (68€), ma riguarda una parte veramente minima di visitatori: in Veneto gli stranieri che visitano una località senza pernottarvi sono solo il 6%, a differenza di altre regioni in cui il fenomeno assume una certa rilevanza, quali Friuli Venezia Giulia (78%), Liguria (56%), Lombardia (43%), Valle d'Aosta (34%).

Chi invece permane almeno una notte, ma senza spendere alcunché per l'alloggio perché pernotta da parenti o amici oppure in una seconda casa, spende per le medesime voci circa 60€ al giorno.

Spostando l'attenzione su chi invece decide di alloggiare in qualche struttura ricettiva, la spesa, comprendente l'alloggio, gli acquisti, la ristorazione e tutti gli

Fig. 4.1.2 - Spesa dei viaggiatori stranieri (*) per motivo del viaggio e regione visitata (milioni di €). Anno 2017



(*) Sono comprese le spese per alloggio, ristoranti e bar, acquisti, trasporto nel Paese visitato e altri servizi, è esclusa la spesa del viaggio a/r

(a) Visita a parenti e amici, studio, cure, viaggio di nozze, shopping, pellegrinaggio, ecc.

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Banca d'Italia

altri servizi di cui il viaggiatore fruisce a destinazione, varia molto a seconda della tipologia di viaggio. La spesa media giornaliera più bassa si riscontra per la vacanza al mare (circa 67€) a cui si accompagna però la più elevata spesa totale pro capite (circa 490€) grazie alla lunga permanenza nei luoghi di villeggiatura (più di 6 notti). Per la vacanza al lago il turista straniero spende al giorno leggermente di più (circa 76€), ma chi compie questa scelta soggiorna un po' di meno (circa 5 notti) cosicché a testa spende circa 400€. Le vacanze per cui giornalmente si spende di più sono quelle culturali (134€ al giorno) e enogastronomica o green (circa 132€). Coerentemente alla tipologia di vacanza preferita dalle varie nazionalità, si delineano i comportamenti medi di spesa di chi sceglie il Veneto come destinazione. Si sottolinea che nelle stime che seguono è escluso il costo del viaggio di andata e ritorno.

I tedeschi contribuiscono più di tutti gli altri stranieri all'economia turistica veneta: spendono solo 78€ al giorno, ma soggiornano a lungo, soprattutto sulle coste marine e lacuali, per una spesa complessiva che supera il miliardo di euro. Inglese, francesi, austriaci e spagnoli sono accomunati da una spesa media giornaliera attorno ai 100 € e a un soggiorno di 3-4 notti. Americani, russi e cinesi spendono al giorno una cifra che si aggira attorno ai 200€ e permangono 2-4 notti. I giapponesi concentrano tutta la spesa in uno o due notti, ma spendono le cifre più elevate (mediamente 255€ al giorno).

Nel corso degli ultimi anni la crisi economica ha influenzato le scelte personali cosicché in ambito turistico è mutato l'interesse dimostrato dai vari mercati, in molti casi si è ridotta la durata della vacanza, ma è mutato anche il comportamento di spesa del turista che sceglie come destinazione il Veneto. Due casi emblematici vedono da una parte gli spagnoli - i cui arrivi hanno subito un forte arresto nel

La spesa media giornaliera per un turista straniero è di 105 euro

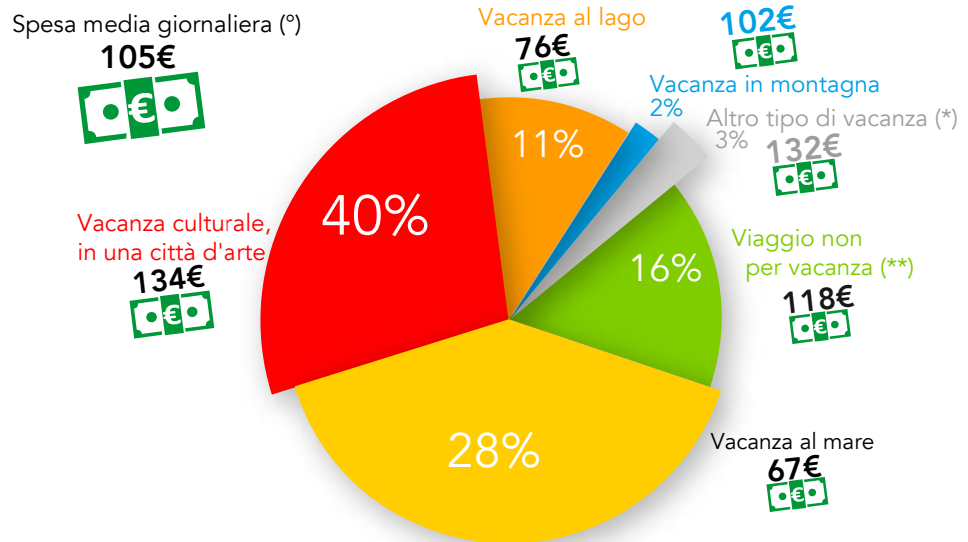


Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

4

Fig. 4.1.3 - Stranieri che soggiornano in strutture ricettive venete: quota di pernottamenti e spesa media giornaliera (°) per motivazione del viaggio. Anno 2017



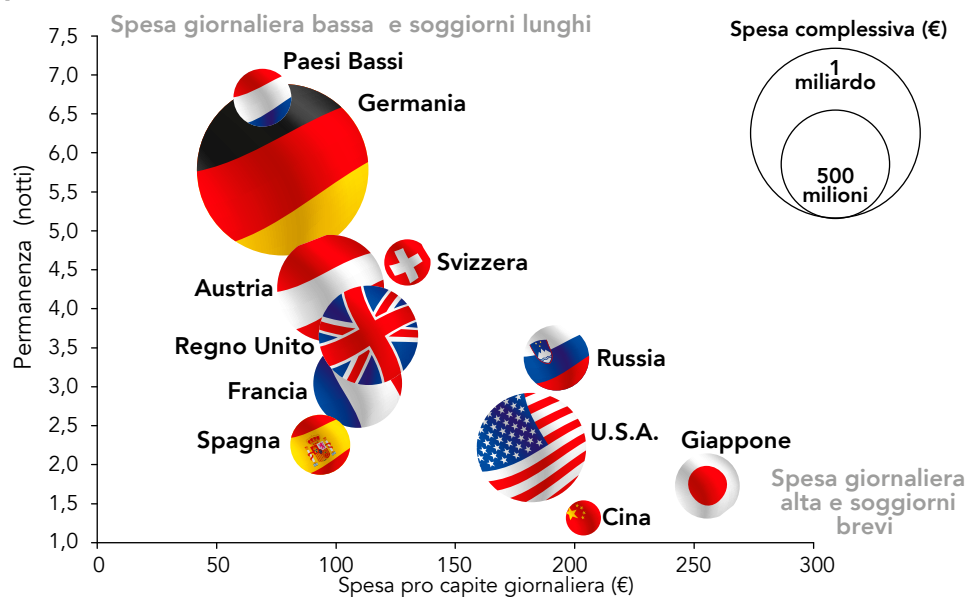
(°) Sono comprese le spese per alloggio, ristoranti e bar, acquisti, trasporto nel Paese visitato e altri servizi

(*) Vacanza enogastronomica, verde, sportiva, per eventi culturali o sportivi

(**) Viaggio con almeno un pernottamento in strutture ricettive per lavoro, studio, acquisti, rivedere parenti o amici, per cure, per motivi religiosi, viaggio di nozze, ecc.

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Banca d'Italia

Fig. 4.1.4 - Stranieri che soggiornano in strutture ricettive: spesa complessiva (dimensione bolla), spesa media giornaliera (€) e permanenza media per provenienza - Veneto. Anno 2017

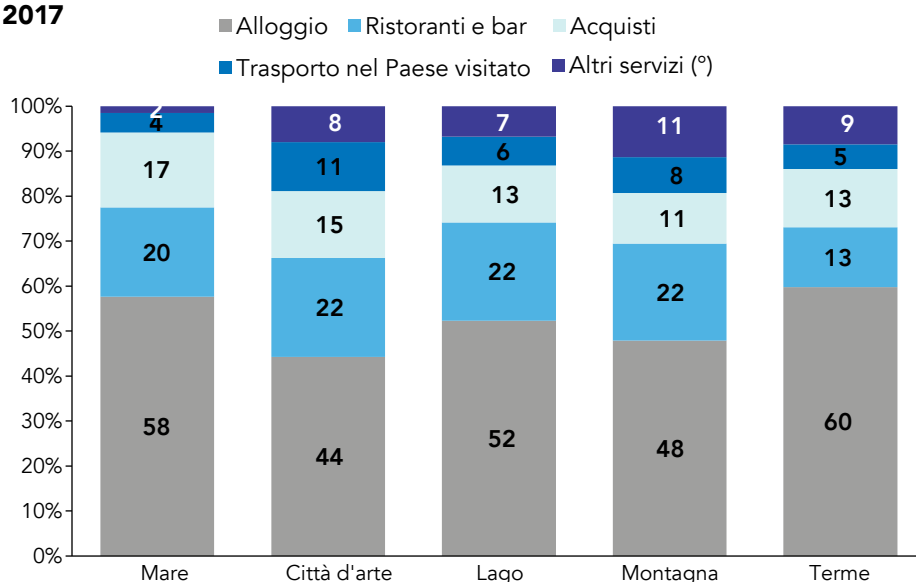


Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Banca d'Italia e Istat - Regione Veneto

biennio 2013-2014, con contestuale ricerca di vacanze più a buon mercato, per poi riprendere a crescere negli anni successivi - dall'altra i cinesi che dal 2007 ad oggi sono più che triplicati e spendono sul nostro territorio per tutta la vacanza 300€ in media in più a testa.

La composizione della spesa del viaggiatore straniero in Veneto varia significativamente secondo la tipologia di viaggio: per esempio, l'alloggio può incidere da un minimo del 44% nelle città d'arte fino ad un massimo del 60% alle terme, la voce "ristoranti e bar" può pesare dal 13% alle terme fino al 22% al lago di Garda, in montagna e nelle città d'arte, la voce "altri servizi" (musei, spettacoli, escursioni con guida, noleggio veicoli, corsi di lingua, ecc.) dal 2% del mare all'11% della montagna, dove vengono a conglobare le spese connesse agli impianti di risalita e al noleggio. La quota riservata agli acquisti si dimostra più stabile al variare della tipologia di vacanza e attorno al 15%.

Fig. 4.1.5 - Composizione della spesa effettuata dagli stranieri che hanno soggiornato in strutture ricettive venete per comprensorio visitato - Anno 2017



(°) In altri servizi sono comprese spese per musei, spettacoli, escursioni con guida, noleggio veicoli, corsi di lingua, ecc.

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Banca d'Italia

Il viaggio è motivo di aggregazione, infatti solamente il 20% effettua una vacanza o in generale un viaggio in solitudine in Veneto. Viaggiare in compagnia non implica necessariamente fare "cassa comune", infatti circa un quarto di chi viaggia accompagnato non condivide le spese.

Nei viaggi si evidenzia un maggiore coinvolgimento della popolazione maschile - nel complesso dei viaggiatori stranieri in Veneto le donne sono il 40% - e delle classi centrali della vita con un 83% tra i 25 e i 64 anni (circa il 20% ha 25-34 anni, circa il 30% ha 35-44 anni, quasi il 40% è tra i 45 e i 64 anni).

La popolazione che intraprende un viaggio in Veneto è composta da "nuovi" clienti circa nel 30% dei casi. Di fondamentale importanza nel far tornare i turisti che provano quest'esperienza per la prima volta e chi l'ha già ripetuta fino a tre volte (circa 40%), è la qualità dell'offerta e una risposta positiva alle aspettative che si erano posti. Interessante appare a questo punto analizzare il giudizio manifestato

Un viaggio in compagnia



Il rinnovo della clientela

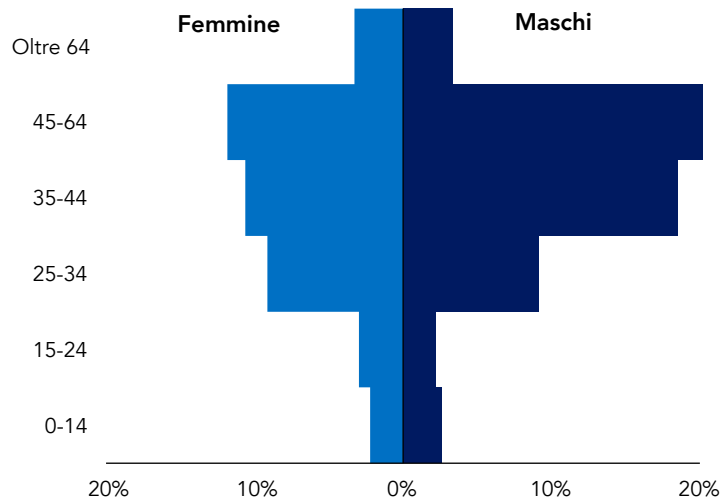


4

Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

Fig. 4.1.6 - Distribuzione percentuale dei viaggiatori stranieri per sesso ed età. Veneto - Anni 2007-2017



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Banca d'Italia

dal viaggiatore al termine dell'esperienza. Nel momento in cui stanno per tornare in patria viene chiesto ai turisti stranieri di esprimere un giudizio su diversi aspetti dell'esperienza, su una scala da 1 a 10.

Il giudizio complessivo sul soggiorno in Veneto degli ospiti stranieri pernottanti è molto alto per qualsiasi comprensorio visitato e ciascuna destinazione ottiene i voti maggiori proprio nell'aspetto che più la caratterizza e diversifica. Tra i fattori più apprezzati figurano l'ambiente, i pasti e l'offerta d'arte. Per tutti i comprensori i voti più bassi, comunque più che sufficienti, sono stati attribuiti ai prezzi.

Tab. 4.1.1 - I voti del turista straniero per motivo del viaggio (scala da 1=pessimo a 10=ottimo). Veneto - Anno 2017

I voti del Veneto	1° Arte (9,0)
	2° Ambiente (8,9)
	3° Pasti (8,7)
	4° Sicurezza (8,5)
	5° Cortesia, Alberghi, Informazioni, Acquisti (8,4)
	9° Prezzi (7,0)

Comprensorio	Aspetto con voto medio più elevato	Aspetto con voto medio più basso
Vacanza culturale	Arte (9,5)	Prezzi (6,0)
Vacanza al mare	Ambiente (9,2)	Prezzi (8,2)
Vacanza al lago	Ambiente (9,2)	Prezzi (7,6)
Vacanza enogastronomica/verde	Ambiente (8,9)	Prezzi (7,5)
Vacanza in montagna	Ambiente (9,0)	Prezzi (8,0)
Business	Pasti (8,3)	Prezzi (7,0)
Altri motivi (*)	Pasti (8,4)	Prezzi (7,0)

(*) Acquisti, cure, terme, pellegrinaggio, studio, viaggio di nozze, visita a parenti o amici

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Banca d'Italia

Un viaggio in Veneto che va oltre gli schemi

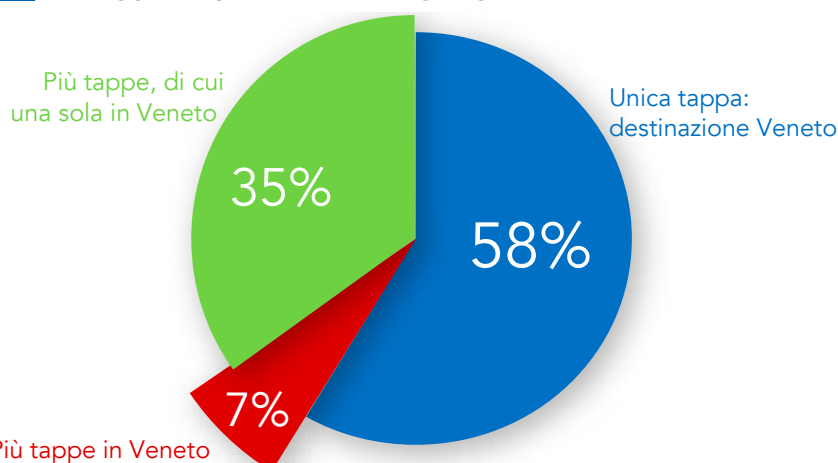
Accrescere il contributo che il turismo apporta al benessere economico, sociale e sostenibile dei territori, attraverso la proposta creativa di nuovi modelli e iniziative di valorizzazione è un must che le istituzioni sempre più frequentemente si pongono, a livello nazionale e locale. In particolare, tra gli obiettivi del Piano Strategico del Turismo³ vi è la creazione di nuove destinazioni e nuovi prodotti di valenza strategica basati sulla fruizione integrata delle risorse, sulla cooperazione territoriale e sulla qualità dell'informazione. I centri più piccoli e i territori montani, naturali e rurali, compresi quelli delle aree interne, offrono una parte rilevante di patrimonio di alto pregio con una potenziale capacità attrattiva, prevalentemente paesaggistica, ancora non del tutto conosciuta e l'offerta delle destinazioni mature e prevalenti, come le grandi città d'arte, deve essere integrata e connessa con quella di territori e prodotti emergenti, in particolare attraverso la valorizzazione dell'identità dei luoghi e delle caratteristiche dei paesaggi. Per rispondere alle esigenze della domanda, si intende migliorare la permeabilità fisica e culturale dei luoghi: cammini storici, itinerari culturali, sentieri, ecc. diventano il presupposto per un'innovazione della fruizione del paesaggio in chiave turistica che si coniuga con la promozione delle specificità proprie della cultura materiale e immateriale dei luoghi.

Quindi, nel complesso, un'attenzione a connettere i vari comparti e a valorizzare le specialità di ciascuna destinazione per rendere ancor più completa e appagante l'esperienza del turista.

In questo contesto sorge spontaneo un quesito: il turista straniero che sceglie il territorio veneto per un viaggio o una vacanza di piacere, quanto spesso prevede un tour con soggiorni in diverse località? E quali destinazioni vengono abbinare?

Nel panorama dei viaggi degli stranieri con destinazione Veneto, prevale il viaggio che vede un'unica tappa (58%). Circa il 35%, invece, segue il viaggio con più tappe in Italia, di cui una sola in Veneto. Infine il 7% dei viaggiatori stranieri hanno pernottato in diverse località della nostra regione, potendo godere in tal modo di diverse realtà culturali e paesaggistiche e assaporando più specialità enogastronomiche.

Fig. 4.1.7 - Il viaggio degli stranieri che giungono in Veneto. Anni 2012-2016



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Banca d'Italia

³ Il Piano Strategico del Turismo, "PST 2017-2022 – Italia Paese per Viaggiatori", elaborato dal Comitato Permanente di Promozione del Turismo, con il coordinamento della Direzione Generale Turismo del MiBACT e il supporto di un Gruppo Tecnico misto, ha l'obiettivo di dotare l'Italia del turismo e della cultura di una visione unitaria, ponendo il settore turistico al centro delle politiche di sviluppo del Paese.

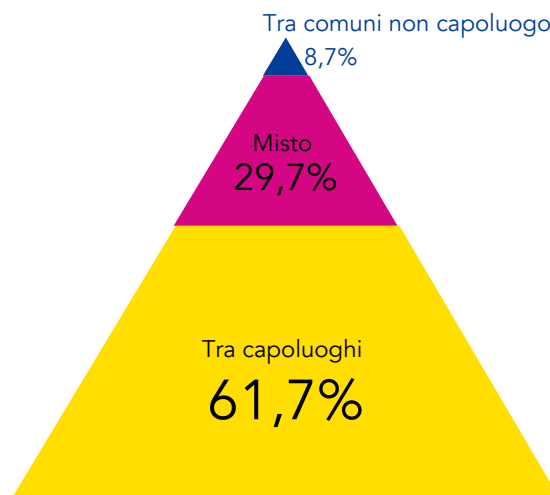
Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

4

Un 7% di viaggi a più tappe in Veneto può sembrare una quota irrilevante, ma si tenga presente che si sta considerando la regione con i maggiori flussi turistici d'Italia, in termini numerici si parla di quasi un milione di arrivi di turisti stranieri all'anno. È questa la fetta che potrebbe essere ampliata, proponendo al turista non solo le località più rinomate, ma attirandolo, una volta giunto a destinazione, verso le altre preziose e molteplici destinazioni di cui il nostro territorio è punteggiato. Attualmente quali comuni veneti sono più coinvolti in viaggi che prevedono molteplici tappe? Appare evidente che la maggior parte dei viaggi con più tappe in Veneto tocca solo comuni capoluogo (61,7%), un altro 29,7% coinvolge sia comuni capoluogo che altri comuni, infine solo l'8,7% riguarda esclusivamente comuni minori. Circa la metà di tali viaggi sono inseriti in tour che toccano anche altre destinazioni italiane.

Fig. 4.1.8 - Viaggio con più tappe in Veneto secondo la tipologia di comuni in cui si è pernottato. Anni 2012-2016



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Banca d'Italia

I viaggi degli stranieri che prevedono più tappe sul territorio Veneto, mettono in evidenza un forte connubio tra due delle destinazioni più conosciute al mondo: Venezia e Verona. Infatti il 36,4% prevede l'abbinamento Venezia-Verona come tappe esclusive o all'interno di un viaggio più ampio.

Vogliamo però spingerci oltre e, osservando un numero di casi ancora limitato, cercare i semi che potrebbero germogliare in futuro. Nell'intento di individuare alcuni elementi che caratterizzano i viaggi con destinazione Veneto, è stata effettuata un'analisi delle corrispondenze⁴, che riesce a riassumere una realtà composita individuando diverse tipologie di turisti.

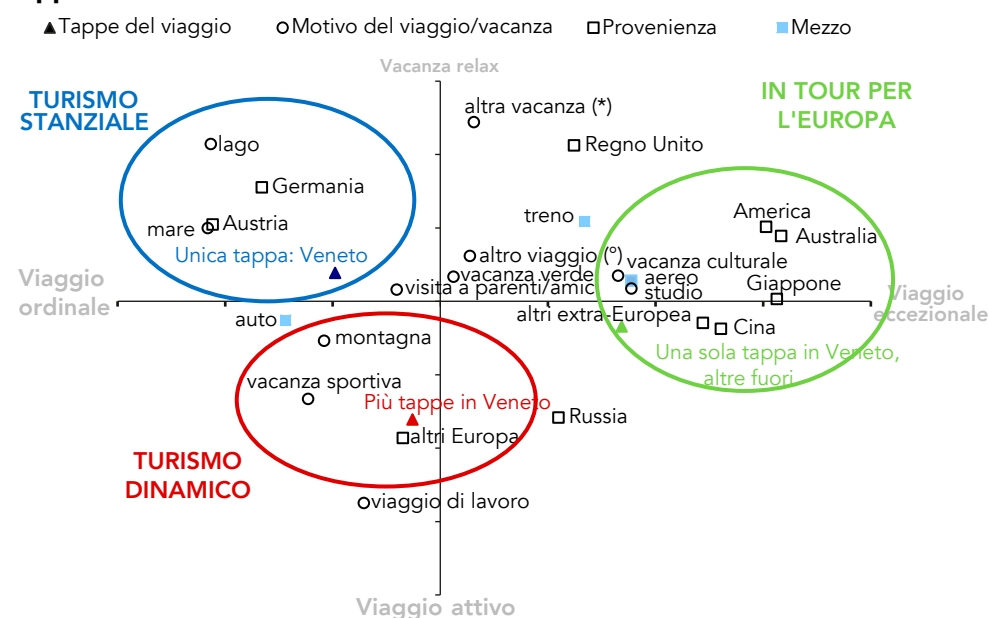
Le informazioni utilizzate per delineare i fruitori della destinazione Veneto sono: la provenienza dell'ospite, la tipologia del viaggio - definita in base alla motivazione

⁴ L'analisi delle corrispondenze è un'analisi statistica multivariata che permette di passare da una molteplicità di informazioni a una struttura più semplice, mettendo in evidenza le dipendenze esistenti tra di esse. I risultati sono rappresentabili su un piano cartesiano i cui assi costituiscono fattori non osservabili. Vengono utilizzate le informazioni rilevate dall'indagine alle frontiere della Banca d'Italia, raccolte nel momento in cui il viaggiatore straniero sta lasciando in nostro Paese. Allo scopo di individuare le principali tipologie di turista sono stati considerati i dati raccolti in diversi anni di indagine, relativamente agli stranieri che hanno raggiunto la nostra regione dal 2012 al 2016. Sono stati esclusi gli stranieri che erano solamente in transito, cioè chi era di passaggio solo per trasferirsi da uno Stato estero ad un altro, ed i croceristi.

del soggiorno - la distinzione tra viaggi con un'unica destinazione o con più tappe, il mezzo di trasporto utilizzato nel viaggio di ritorno.

Come si può notare dal grafico sottostante, le varie caratteristiche si distribuiscono in una nuvola di punti centrata sull'origine degli assi. La giustapposizione dei punti lontani dall'origine e statisticamente più significativi, permette di giungere alla seguente interpretazione degli assi: l'asse orizzontale è quello più rilevante e sta ad indicare la ripetibilità del viaggio, da quello più ordinario e frequente - tipico di chi deve percorrere pochi chilometri per raggiungere il Veneto - posto a sinistra, al viaggio più eccezionale di chi sta dall'altra parte del mondo e intraprende un'attraversata in aereo per percorrere un tour che tocca le principali località europee, posto a destra. L'asse verticale indica un altro aspetto del viaggio: si passa dalla vacanza relax posta in alto, alla vacanza attiva o al viaggio di lavoro posti viceversa in basso.

Fig. 4.1.9 - I viaggi degli stranieri che giungono in Veneto per tipologia e tappe. Anni 2012-2016



(*) Altra vacanza comprende: vacanza per eventi culturali o sportivi e vacanza enogastronomica

(°) Altro viaggio comprende: viaggio di nozze, per shopping, cure, motivi religiosi, altri motivi personali

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Banca d'Italia

Le vacanze al mare e al lago sono classicamente quelle in cui, nella stagione più torrida, ci si vuol maggiormente rilassare godendo della brezza delle coste e permanendo quindi in un'unica località. In questa tipologia di vacanza, volta al relax e ripetibile perché a poche ore di auto, troviamo i tedeschi e gli austriaci. In questo caso la destinazione del viaggio è unica, non si pernotta facilmente in altre località, né entro né fuori regione. In generale i viaggi di tedeschi ed austriaci in Veneto si caratterizzano proprio per l'elevata stazionarietà (circa l'80% dei casi). La vacanza culturale si distingue, invece, per l'elevata associazione con tappe fuori regione: tipicamente chi, giunto qui dall'altra parte del mondo (Oriente, America, Australia), vuole vedere con i propri occhi le più rinomate città italiane ed europee. Chi dimostra una tendenza più spinta a soggiornare in diverse località venete è lo straniero che sceglie la vacanza sportiva o in montagna: in questi casi chi pernotta

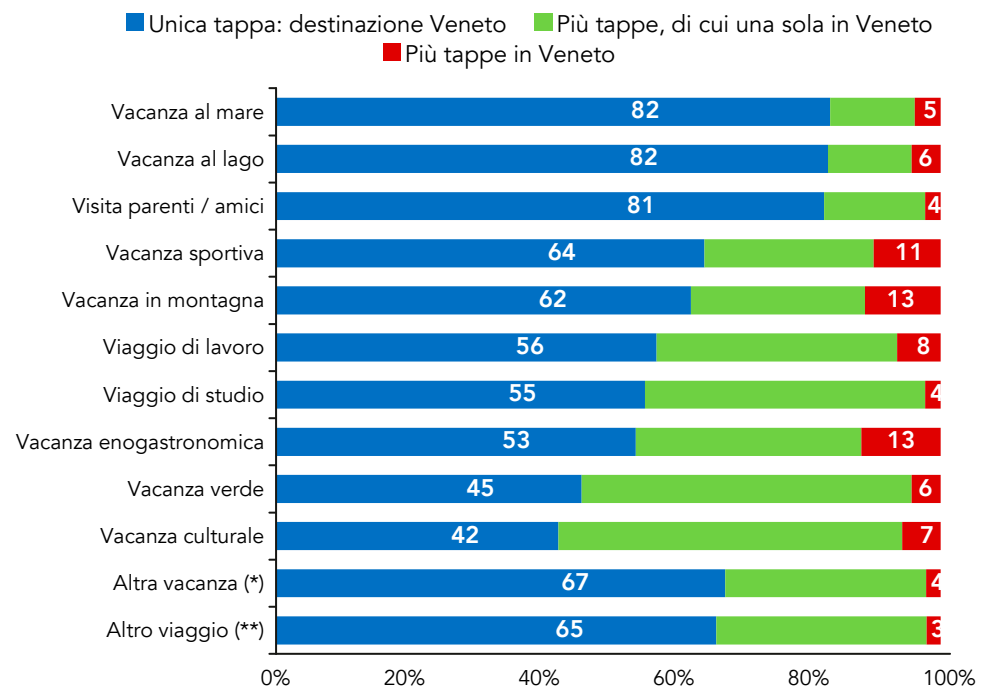
Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

4

in più località rimane comunque l'eccezione, ma la quota sale all'11-13%. Anche chi vuol assaporare i prodotti enogastronomici del territorio veneto, tanto da indicarlo come motivazione principale del viaggio, sceglie più frequentemente un tour in più località (circa nel 13% dei casi), come si evince dal grafico seguente.

Fig. 4.1.10 - I viaggi degli stranieri che giungono in Veneto per motivazione e tappe. Anni 2012-2016



(*) Altra vacanza comprende: vacanza per eventi culturali o sportivi

(**) Altro viaggio comprende: viaggio di nozze, per shopping, cure, motivi religiosi, altri motivi personali

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Banca d'Italia

In questo quadro, appare evidente come la proposta di intraprendere un viaggio "alternativo" rispetto alle usuali mete vada rivolta soprattutto ai mercati tradizionali, in aggiunta alla vacanza in località balneari o lacuali dell'alta stagione, proponendo viaggi che ad ogni tappa permettano di godere di paesaggi e di assaporare le specialità culinarie e culturali di mete cosiddette "minori" ma preziose per la loro unicità. Puntare l'accento sull'emozione di sperimentare esperienze nuove, respirando in prima persona i costumi e l'identità di un territorio e portarne a casa il ricordo, seguendo magari percorsi da intraprendere in bassa o media stagione a piedi, in bicicletta, a cavallo, godendo appieno del paesaggio. Non si deve poi dimenticare la componente esperienziale del cibo, che racconta direttamente la cultura di un luogo e la storia di chi l'ha vissuto nel tempo. Il turismo enogastronomico piace sempre più e stuzzica sempre più l'attenzione e la gola anche degli italiani, alla scoperta di nuove tavole e tradizioni enogastronomiche.

Il turismo matrimoniale degli stranieri in Veneto

L'idea di contrarre matrimonio in un Paese straniero sembra avere sempre maggior seguito tra le coppie. In questi anni è molto cambiato l'immaginario geografico delle persone, che sentono più vicini i Paesi esteri raggiungibili facilmente con

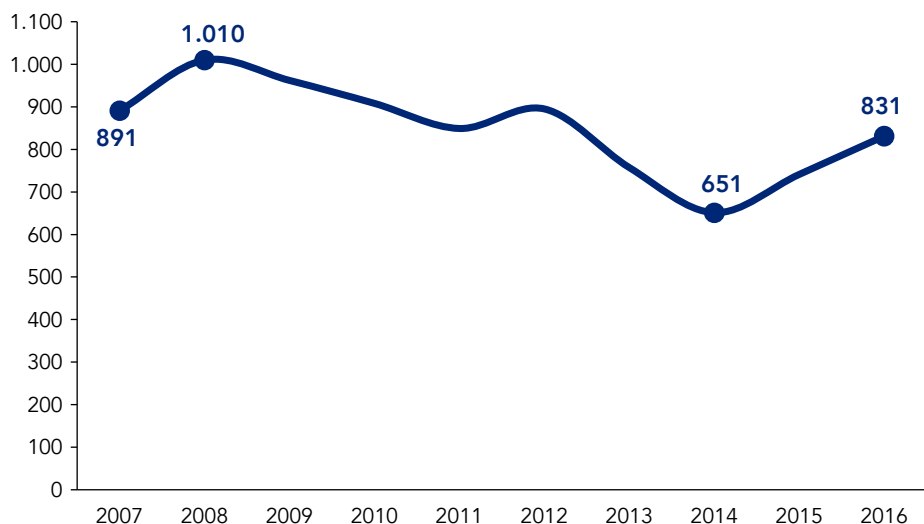
voli aerei frequenti e a basso costo, ed è comprensibile che questo influenzi il campo delle possibilità di spostamento anche per motivi non strettamente legati alla vacanza. La crescita del fenomeno è tale da meritare l'etichetta di "turismo matrimoniale", o wedding tourism, e di rappresentare ormai quasi un settore a sé. Su questo fenomeno si attivano e si specializzano imprese locali orientate a una proposta variegata di servizi matrimoniali per le giovani coppie: dalla cura degli sposi, alla cura della cerimonia, alla ristorazione, pernottamento, foto, solo per citare alcuni servizi di base che chi arriva da fuori ha interesse a trovare in loco.

Anche i Comuni maggiormente interessati dal turismo matrimoniale hanno trovato soluzioni adatte a questo settore, destinando sale prestigiose alle cerimonie e fornendo alcuni servizi extra con un tariffario specifico e tarato sulla provenienza degli sposi; in genere, ai matrimoni tra persone straniere non residenti vengono applicate le tariffe più elevate.

Il Veneto esercita una buona attrazione per le coppie che pur non risiedendo in regione decidono di dire il fatidico sì nel nostro territorio. Alcune località infatti sono scenografie naturali e offrono alle coppie la possibilità di celebrare il loro matrimonio in un contesto estetico e simbolico unico e di pregio.

E' interessante vedere quali sono i luoghi preferiti per la cerimonia da chi viene dall'estero e da quali Paesi arrivano gli sposi che fanno questa scelta -una scelta certo non economica. Nel 2016 sono stati 831 i matrimoni celebrati in Veneto tra coppie di sposi stranieri residenti all'estero⁵. E' un dato abbastanza stabile nel tempo, pur con delle oscillazioni: nel 2008 i matrimoni sono stati 1010 per diminuire negli anni successivi fino al 2014 (651), mentre nell'ultimo biennio il fenomeno è in ripresa e nel 2016 si contano 180 matrimoni in più rispetto al 2014. Si tratta di una quota consistente di tutti i matrimoni di sposi stranieri, inclusi i residenti in Italia, ben il 62,3%.

Fig. 4.1.11 - Matrimoni celebrati in Veneto di sposi stranieri residenti all'estero - Anni 2007:2016



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

In oltre la metà di questi matrimoni gli sposi provengono dal Regno Unito (40%) e dalla Germania (25%), ma quote consistenti interessano sposi che arrivano da Paesi

⁵ D'ora in poi con la dicitura "stranieri" si intenderanno solo sposi di cittadinanza straniera residenti all'estero.

Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

4

frontalieri come Austria (8%) e Francia (7%). La provenienza da Paesi esterni all'Ue invece conta per il 5% del totale.

Tab. 4.1.2 - Matrimoni celebrati in Veneto di sposi stranieri residenti all'estero: principali Paesi di provenienza. Anno 2016

	Matrimoni	%
Regno Unito	335	40,3
Germania	211	25,4
Austria	68	8,2
Francia	57	6,9
Irlanda	20	2,4
Polonia	18	2,2
Australia	13	1,6
Federazione Russa	13	1,6
Paesi Bassi	11	1,3
Repubblica Ceca	10	1,2
Altro	75	9,0
Totale	831	100,0

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

Venezia e il lago di Garda le mete più ambite

Il luogo più gettonato è Venezia, con 350 celebrazioni nel 2016, il 42% del totale regionale, seguito da due caratteristiche località sul lago di Garda, Malcesine (283 matrimoni, il 34% del totale) e Torri del Benaco (87 pari all'11%). Il 4% delle coppie preferisce Verona (32 matrimoni) e il 3% Bardolino, un'altra località sul Garda (25 matrimoni).

In generale, gli sposi anglosassoni prediligono la zona del Garda, infatti ben il 64% di loro si sono sposati a Malcesine, mentre le coppie tedesche optano preferibilmente per Venezia (46%).

Venezia, come prevedibile, è di gran lunga il luogo che assomma più nazionalità diverse di provenienza degli sposi stranieri, inclusi Paesi extraeuropei che sono il 9,7% dei matrimoni tra stranieri celebrati in città.

4.2 Il turista italiano

Il turista italiano che sceglie di rimanere nel Bel Paese molto frequentemente decide per il Veneto come destinazione principale (9,7% dei viaggi effettuati nel 2016). Poco più di un viaggio su dieci con destinazione Veneto è per motivi di lavoro, con una frequenza leggermente più alta rispetto alle altre regioni italiane. Tra i viaggi per vacanza degli italiani in Veneto è secondariamente importante la visita a parenti e amici, mentre la motivazione che prevale nettamente è la vacanza per piacere e svago, che riguarda quasi i due terzi dei viaggi degli italiani in Veneto (superiore all'incidenza dei viaggi per piacere e svago nelle altre regioni italiane). Queste vacanze per piacere e svago sono prevalentemente finalizzate a divertimento, riposo e relax; solo al secondo posto troviamo la visita alle bellezze naturali del luogo e al patrimonio artistico e monumentale della regione. Sono inoltre abbastanza frequenti in Veneto, più di quanto lo siano nelle altre regioni

Il turista italiano sceglie il Veneto per divertimento, riposo e relax

italiane, tutte le altre tipologie di vacanza, che spaziano dalla vacanza sport, come la settimana bianca, alla vacanza enogastronomica, alla vacanza legata alla partecipazione a manifestazioni sportive o culturali, ai trattamenti di benessere. Questo a testimonianza della ricca varietà dell'offerta turistica della nostra regione, che spazia dai tesori culturali e architettonici, alle bellezze naturali della costa e delle montagne, alle zone termali, alle proposte culinarie e ricreative.

Tab.4.2.1 Alcuni indicatori sul profilo del turista italiano in Veneto – Anno 2016

	%
Viaggi in strutture ricettive collettive (quota %)	59,3
Viaggi con prenotazione dell'alloggio (quota % sui viaggi in strutture prenotabili)	75,4
Viaggi in auto propria, di parenti/amici (quota %)	73,6
Viaggi di vacanza per piacere, svago (quota % sui viaggi di vacanza)	72,9

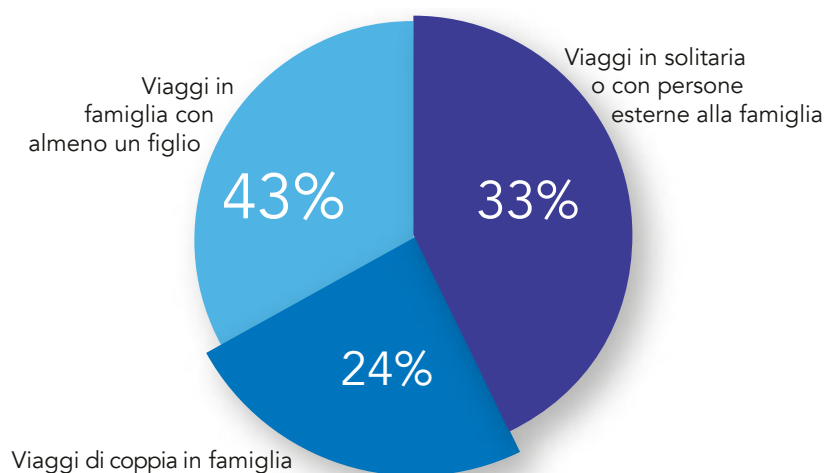
Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

L'auto è il mezzo di trasporto largamente più utilizzato dagli italiani che vengono in Veneto (circa il 74% dei viaggi è effettuato con l'automobile propria o di parenti e amici); a seguire il secondo mezzo impiegato per viaggiare verso il Veneto è il treno, la cui rete ha una buona copertura del territorio e permette di raggiungere le principali mete turistiche della regione.

La sistemazione preferita dal turista italiano che pernotta in Veneto sono le strutture ricettive collettive, tra cui prevalgono le strutture alberghiere, i villaggi vacanza e i campeggi, diversamente dalla tendenza dei turisti italiani nelle altre regioni, che invece dimostrano di favorire come sistemazione l'alloggio privato.

I viaggi, siano per vacanza oppure per lavoro, trascorsi in alloggi a pagamento, sono circa il 70% del totale; in oltre il 75% delle occasioni le strutture scelte vengono prenotate anticipatamente.

Fig.4.2.1 - Distribuzione % dei viaggi in Veneto per caratteristiche dei compagni di viaggio - Anno 2016



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

4

In circa la metà dei viaggi prenotati in Veneto è stato fatto ricorso alla prenotazione via internet dell'alloggio, frequenza più bassa rispetto ai viaggi verso le altre regioni (63,5% di prenotazioni on line) e verso l'estero (74,6%).

La maggior parte dei viaggi in Veneto (circa il 43%) sono viaggi in famiglia con almeno un figlio, spesso con entrambi i genitori, ma non è raro che viaggino anche un solo genitore con uno o più figli. I viaggi di coppia convivente senza figli sono meno frequenti (circa il 24%), mentre i viaggi in solitaria o con persone esterne alla famiglia⁶ sono circa un terzo dei viaggi.

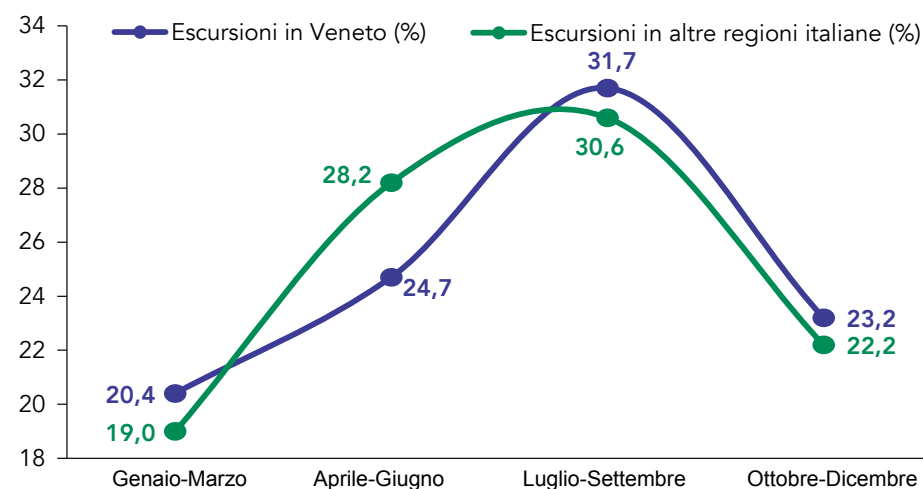
Le scelte sui compagni di viaggio trovano riflesso nella distribuzione dei viaggi per classe di età del viaggiatore. Una buona parte dei viaggi in Veneto viene fatta da persone nelle fasce d'età centrali (i viaggiatori 35-54enni coprono oltre il 40% dei viaggi). A questi, che dovrebbero ricoprire le generazioni dei genitori di oggi, si accompagnano i figli: gli under 15 coprono circa il 15% dei viaggi e i ragazzi tra i 15 e i 34 anni all'incirca altrettanta quota. Questi ultimi, però, con una buona probabilità si dividono tra i viaggi in famiglia e i viaggi con persone al di fuori della famiglia. Infine, oltre un quarto dei viaggi degli italiani in Veneto è effettuato da uomini e donne con 55 anni e più.

La spesa media giornaliera per viaggi in alloggi a pagamento in Veneto sfiora il centinaio di euro, valore più elevato rispetto ai viaggi nelle altre regioni italiane (circa 80 euro medi giornalieri), ma inferiore di circa il 20% rispetto alla spesa media giornaliera per i viaggi all'estero, nei quali probabilmente il solo costo del trasporto può pesare significativamente.

4.3 L'escursionista

La stima del numero di escursioni, cioè degli spostamenti in giornata senza pernottamento⁷, in Veneto è vicina ai 14 milioni nell'intero 2016. Il trimestre estivo (Luglio-Settembre) è il periodo in cui sono più concentrate (31,7%); in primavera e autunno le escursioni sono comunque frequenti, con il 24,7% delle escursioni nel periodo Aprile-Giugno e il 23,2% nel trimestre Ottobre-Dicembre. Nel trimestre

Fig.4.3.1 - Distribuzione % delle escursioni degli italiani in Veneto e nelle altre regioni italiane per trimestre - Anno 2016

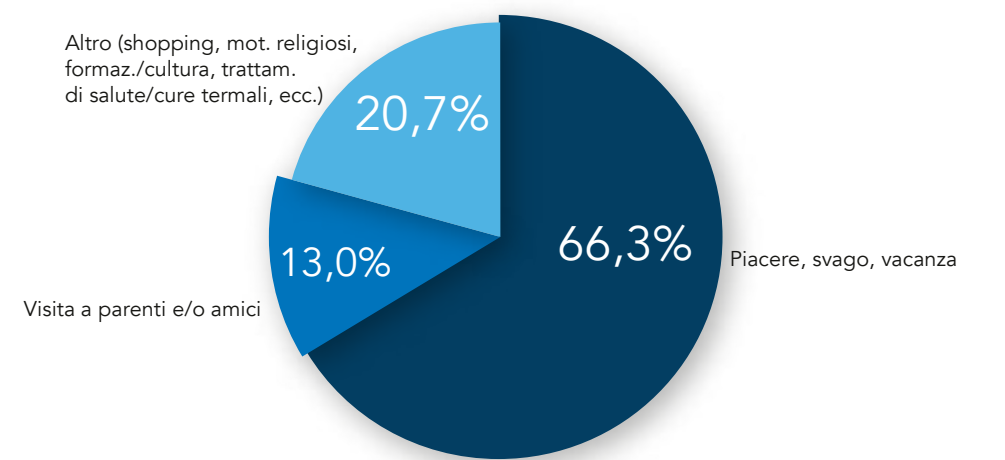


Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

⁶ Si intendono tutte le persone non conviventi: amici, fidanzati/e non conviventi, parenti, ecc...

⁷ Sono compresi anche i Veneti in Veneto.

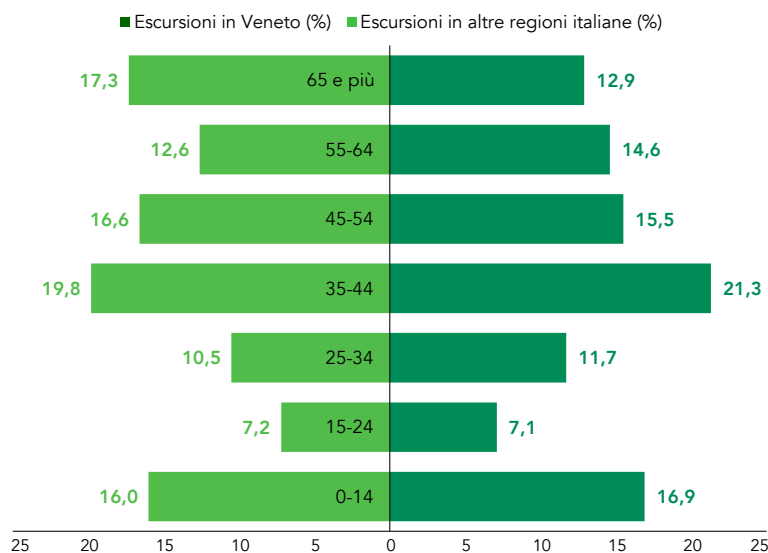
Fig.4.3.2 – Distribuzione % delle escursioni degli italiani in Veneto per motivo dell'escursione. Veneto - Anno 2016



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

invernale, da Gennaio a Marzo, si effettua il rimanente 20,4% delle escursioni in Veneto. Le dinamiche stagionali trovano qualche differenza rispetto alle escursioni verso le altre regioni italiane, dove le escursioni nel trimestre primaverile sono leggermente più frequenti (28,2% in Aprile-Giugno), a discapito dei rimanenti trimestri.

Fig.4.3.3 – Distribuzione % delle escursioni degli italiani in Veneto e nelle altre regioni italiane per classe di età dell'escursionista. Veneto - Anno 2016



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

I due terzi delle escursioni in Veneto avvengono per piacere, svago e vacanza, motivazione più frequente rispetto alle escursioni nelle altre regioni italiane (63%); la seconda motivazione più frequente è la visita a parenti o amici, al contrario

Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

4

meno assidua rispetto alle escursioni nel resto d'Italia (13% in Veneto e 19,5% nelle altre regioni). Sono tutt'altro che trascurabili le motivazioni residuali, che insieme pesano per oltre il 20%: tra queste la motivazione più frequente è lo shopping, slanciato dai negozi nei maggiori centri urbani, dai centri commerciali, outlet e dalla cittadella dello shopping; a seguire sono importanti le visite in giornata per motivi religiosi, per formazione e cultura e per trattamenti di salute e cure termali. Si conferma l'automobile il mezzo di trasporto più utilizzato (oltre l'80% delle escursioni), a seguire una più piccola quota di escursioni vengono effettuate con il treno o con il pullman.



La maggior parte delle escursioni viene fatta con la famiglia

Analogamente alla composizione dei viaggi in Veneto degli italiani che pernottano, anche per quanto riguarda le escursioni la maggior parte di queste avviene in famiglia tra genitori e figli (oltre il 40%); meno frequenti sono le escursioni in coppia senza figli (24%) e residuali sono le escursioni con altro tipo di composizione all'interno della famiglia. Sono invece quasi il 29% le escursioni in solitaria o con persone non appartenenti al nucleo familiare⁸.

È possibile osservare come gli escursionisti in Veneto siano più concentrati nelle fasce d'età giovanili rispetto agli escursionisti diretti nel resto d'Italia: in Veneto i bambini fino ai 15 anni sono il 17% degli escursionisti (16% nelle altre regioni), i giovani 15-34enni sono il 19% (18% nelle altre regioni), i 35-44enni un ulteriore 21% (20% nelle altre regioni). Allo stesso tempo gli over-65 che si dirigono in Veneto per una gita in giornata sono meno del 13% del totale degli escursionisti, quando nelle altre regioni italiane sfiorano il 17%.

⁸ Si intendono tutte le persone non conviventi: amici, fidanzati/e non conviventi, parenti, ecc...



Analisi del sistema turistico del Veneto: l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

5



A livello mondiale il turismo contribuisce complessivamente al **10,4%** del PIL



In Veneto le stime sono fatte su aggregati differenti, ma tutti evidenziano un fatturato in **crescita**



Nel triennio 2013-2015 il fatturato dell'aggregato turistico studiato cresce mediamente del **+3,2%**



Le imprese venete dell'ospitalità fatturano per oltre **3 miliardi di euro**

Cap.5 - L'impatto economico del sistema turistico

Misurare l'impatto economico del sistema turistico non è un'operazione semplice: quello del turismo è un settore ampio e articolato, i cui confini non sono sempre ben definiti. Il mercato turistico offre al consumatore-turista un insieme di prodotti e servizi, singoli o aggregati, che molto spesso trovano origine in industrie diverse. A differenza di altri settori economici, il turismo offre un prodotto che può essere considerato come il risultato di un complesso sistema, formato da molteplici componenti anche differenti e indipendenti tra loro¹ e composti da beni materiali come gli esercizi alberghieri, il buon cibo, le infrastrutture di trasporto, gli acquisti di souvenir, i beni architettonici, le arti figurative, ecc..., ma anche da beni intangibili come le attività culturali, eventi, festival, ecc...

Oltre alla difficoltà di individuazione delle attività economiche legate al sistema, è problematico quantificare quale porzione di questi beni sia rivolta ai turisti e quale ai cittadini residenti. Ad esempio le attività commerciali della più svariata merceologia e livello qualitativo in alcune zone ed in alcuni periodi devono quasi esclusivamente il proprio fatturato alle vendite ai turisti, così come i servizi alla persona, da quelli legati all'estetica fino a quelli relativi alla sanità.

A sua volta, ognuna di queste componenti fa parte di altre filiere. Si pensi al legame del turismo con la filiera della ristorazione che arriva fino ad interessare i prodotti agricoli e le modalità di coltivazione, ma anche la costruzione e manutenzione di alloggi per turisti che interessa la filiera dell'edilizia, dalla produzione dei materiali al mobilio.

Oltre a ciò, il turismo è un veicolo per l'esportazione: la visita di cittadini stranieri in Italia e in Veneto è un primo canale di contatto fra domanda estera e offerta interna; la buona cucina assaggiata durante la vacanza o la bellezza del design degli arredi, o la qualità della moda osservata, portano a chiedere gli stessi prodotti una volta tornati in patria.

Non ultimo, un ruolo senz'altro di rilievo è costituito dall'attore pubblico locale e nazionale che regola i meccanismi di funzionamento e le norme di riferimento e ha la responsabilità della gestione di servizi fondamentali come per esempio quelli infrastrutturali o di ordine pubblico.

Accanto ai sopracitati effetti diretti e indiretti, è necessario considerare l'effetto indotto, ossia l'incremento di valore aggiunto connesso all'aumento di reddito di cui sono beneficiari coloro che hanno prodotto gli effetti diretti e indiretti; una parte di questo reddito è verosimilmente speso per l'acquisto di altri beni e servizi, e quindi si traduce in consumi e quindi in nuova ricchezza.

Detto ciò, si comprende come il perimetro del settore "turismo" sia complesso e sfumato, con oggettive difficoltà di misurazione dei valori economici. Di seguito si riportano i dati di alcuni studi condotti a livello internazionale e nazionale da autorevoli istituti di ricerca, per poi andare ad analizzare il dettaglio delle caratteristiche economiche dei principali aggregati di alcune imprese turistiche venete. Vengono presentate inoltre due esercizi calati sulla realtà veneta che mirano a dare maggiori informazioni sul fenomeno: uno studio delle imprese venete dell'ospitalità e un'analisi sul connubio tra turismo ed export alimentare.

**Difficile misurare
l'impatto
economico del
turismo**



5.1 Nel mondo, in Italia e in Veneto

Secondo le stime del World Travel & Tourism Council il contributo diretto² all'economia globale del comparto "viaggi e turismo" nel 2017 è stato di oltre 2.570

¹ Grasso, 2011

² Il contributo diretto generato dall'industria turistica comprende - alberghi, agenzie di viaggi, compagnie aeree, altri servizi di trasporto passeggeri (esclusi i servizi strettamente legati ai pendolari), altre strutture come ristoranti e affini e strutture di svago toccate direttamente dal turismo, spesa pubblica rivolta direttamente ai turisti (per musei, per parchi naturali,...)

Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

5



A livello mondiale il turismo contribuisce al 10,4% del PIL tra effetti diretti e indiretti



In Italia le stime sono varie



In Veneto sono diversi i metodi per il calcolo del contributo economico del turismo

miliardi di dollari, pari al 3,2% sul totale del PIL mondiale, con una crescita prevista del 4% per il 2018 e del 3,8% all'anno nel periodo 2018-2028, fino a raggiungere i 3.890 miliardi di dollari nel 2028 (3,6% del PIL mondiale). Gli occupati sono 118 milioni, il 3,8% degli occupati totali.

Se al contributo diretto aggiungiamo le attività indirette³ otteniamo il contributo totale del settore "viaggi e turismo" all'economia mondiale. La ricchezza creata complessivamente nel 2017 è stata di 8.272 miliardi di dollari, il 10,4% del PIL globale, gli occupati 313 milioni, equivalente a quasi un addetto nel settore turismo ogni 10 lavoratori nel complesso dell'economia.

Per l'Italia il World Travel & Tourism Council (WTTC) stima che nel 2017 il contributo diretto all'economia nazionale del comparto "viaggi e turismo" sia stato pari a 94 miliardi di euro (106,8 miliardi di dollari), il 5,5% del PIL nazionale e prevede una crescita dell'1,9% nel 2018 e dell'1,9% all'anno nel periodo 2018-2028, fino a raggiungere i 116 miliardi di dollari nel 2028 (6,2% del PIL). Gli occupati diretti stimati sono 1,5 milioni, il 6,5% degli occupati totali.

Considerando anche le attività indirette il WTTC stima che il PIL turistico italiano complessivamente raggiunga i 223 miliardi di euro (253 miliardi di dollari), corrispondente al 13,1% del PIL complessivo, valori che collocano il nostro Paese al sesto posto per contributo al PIL turistico mondiale misurato in valori assoluti, al 64esimo considerando l'incidenza sul valore aggiunto totale del Paese (ai primi posti le Isole Vergini britanniche, Aruba e le Maldive che devono al turismo oltre l'80% della propria ricchezza).

Un dato che merita attenzione è quello relativo agli investimenti: in Italia la quota degli investimenti turistici sul totale investimenti è del 3,4%, relativamente bassa rispetto il numero di turisti che ospita e confrontata con il resto del mondo. Mediamente, a livello mondiale, gli investimenti nel turismo costituiscono il 4,5% di quelli complessivi, percentuale che sale al 5,1% nell'Unione europea e addirittura al 7,7% in Spagna e al 6,9% in Francia, le due destinazioni direttamente concorrenti con l'Italia.

Altra fonte che stima l'impatto economico del turismo, con una metodologia diversa, è Ciset-Irpet che nel XXI rapporto sul turismo italiano riporta il valore aggiunto calcolato sugli effetti diretti del settore e quello che tiene conto anche degli effetti indiretti e indotti nel 2016. Nel primo caso il valore aggiunto diretto attivato è pari a 54,2 miliardi di euro, mentre nel secondo caso è 103,6 miliardi di euro, il 6,9% del valore aggiunto totale. L'ultimo dato contiene anche la capacità di attività strettamente turistiche di generare ricchezza indotta: ogni 100 euro di ricchezza prodotti nelle attività direttamente a contatto con il turista, se ne produrrebbero altri 91 nel resto del sistema produttivo.

Il Ciset (Centro Internazionale di studi sull'economia turistica) si spinge ad una stima del valore economico del turismo in Veneto: il fatturato prodotto dalla lunga filiera del settore a monte e a valle dell'attività turistica, comprensiva degli effetti moltiplicatori diretti, indiretti e indotti, risulterebbe pari a 17 miliardi di euro nel 2017. Questa stima indica l'importanza del settore per l'economia veneta, che, nel suo complesso, rappresenta l'11,5% del fatturato di tutto il terziario veneto e il 14,3% del fatturato rispetto all'intera manifattura.

Anche Guido Caselli dell'Unioncamere dell'Emilia Romagna⁴ ha messo a punto una metodologia che stima il valore aggiunto del turismo nella sua complessità, ossia che tiene conto sia degli effetti diretti che indiretti, che a livello nazionale

³ Il contributo indiretto è composto dagli investimenti (come la costruzione di un nuovo hotel), la spesa pubblica rivolta alla collettività (marketing territoriale, servizi di sicurezza o sanitarie nelle aree turistiche, ...), gli acquisti del settore di beni e servizi rivolti al turista (alimenti e servizi pulizia in albergo, carburante per gli aerei, ...)

⁴ Il turismo invisibile - Guido Caselli, Unioncamere Emilia Romagna

nel 2016 risulta di circa 183 miliardi di euro (12,2% del PIL) e a livello Veneto di 23 miliardi, il 16,6% del PII veneto. Nello studio di Caselli Veneto e Lombardia sono le regioni che, in termini assoluti, contribuiscono maggiormente alla creazione del PIL turistico nazionale, diretto e indiretto; tre regioni si collocano sopra i 16 miliardi di euro di valore aggiunto turistico, Toscana, Lazio ed Emilia-Romagna; due oltre i 10 miliardi, Trentino Alto-Adige e Campania. Se si guarda all'incidenza del valore aggiunto turistico su quello complessivo di ciascuna regione, Trentino Alto-Adige e Valle d'Aosta sono le regioni dove l'incidenza è maggiore.

Tab. 5.1.1 - Stime sul contributo economico del sistema turistico dell'economia territoriale di riferimento. Italia e Veneto - anni vari

Fonte	Territorio	Tipo di contributo (*)	Valore (miliardi)	% su PIL	Anno
WTTC	Italia	Diretto	94,0	5,5	2017
WTTC	Italia	Totale	233,0	13,1	2017
ISTAT	Italia	Totale	87,8	6	2015
Ciset	Italia	Diretto	54,2	3,6	2016
Ciset	Italia	Totale	103,6	6,9	2016
Unioncamere Emilia	Italia	Diretto	94,0	6,3	2016
Unioncamere Emilia	Italia	Totale	183,0	12,2	2016
Ciset	Veneto	Diretto	-	-	-
Ciset	Veneto	Totale	17,0 (**)	10,0	2017
Unioncamere Emilia	Veneto	Diretto	12,0	8,9	2016
Unioncamere Emilia	Veneto	Totale	23,0	16,6	2016

(*) Il contributo totale è la somma del contributo diretto e indiretto

(**) Fatturato

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su stime di varie fonti

5.2 Le imprese venete del turismo

Dai dati riportati precedentemente si comprende che non esiste una metodologia condivisa per costruire delle stime sulla consistenza economica del turismo. Coscienti dell'arbitrarietà dell'esercizio, abbiamo definito un perimetro di attività economiche che riprendesse il sistema turistico, tenendo in considerazione la disponibilità di informazioni di tipo quantitativo. Si tratta di uno studio in divenire che riteniamo meritevole di ulteriori analisi per migliorarne la completezza.

Tra le unità giuridico-economiche del Veneto sono state selezionate quelle, definite "core", con attività prevalentemente finalizzata ad attrarre e soddisfare i bisogni espressi dai turisti nella destinazione di riferimento, al fine di ottenere un ritorno economico in termini di profitto come le attività di alloggio di tutti i tipi, le agenzie

Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

5

di viaggio, tour-operator e servizi turistici, i trasporti aerei di passeggeri, attività di ristorazione. Si suppone che la quasi totalità degli utenti di queste imprese di servizio siano turisti.

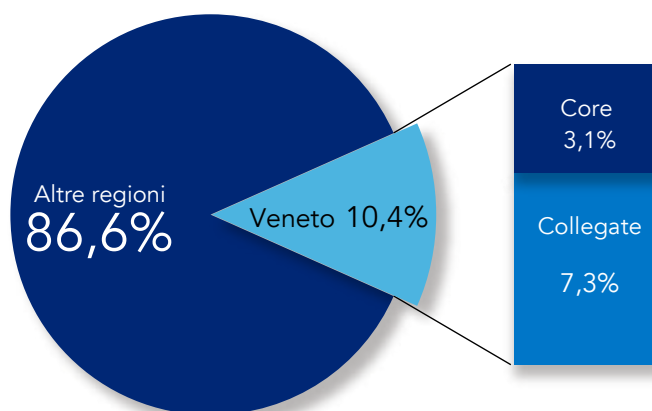
Successivamente, è stata costruita una seconda fascia di attività, definite "collegate", strettamente connesse al turismo, i cui destinatari però non si possono definire al 100% turisti in quanto i servizi sono fruiti anche dai residenti: musei ed altre attività culturali, esercizi di somministrazione di alimentari e bevande, affitto e gestione di immobili, trasporto passeggeri per vie d'acqua interne, il trasporto ferroviario di passeggeri, il noleggio di autoveicoli, i servizi di organizzazione di fiere e congressi, le attività creative, artistiche e di intrattenimento. Non sono state considerate le attività commerciali, nell'impossibilità di determinare univocamente le categorie merceologiche definite "turistiche".

Sono state quindi studiate le imprese venete relative alle suddette attività economiche attraverso le informazioni disponibili della statistica ufficiale⁵, disponibili ad oggi, sul numero di imprese, sul numero degli addetti e sui principali risultati economici delle imprese. Ne risulta un quadro sintetico di una filiera turistica "parziale" generata dalle unità produttive venete, che non vuole essere esaustiva dell'intero sistema, che come già ribadito è trasversale e più complesso, ma permette di avere maggiori informazioni sull'aspetto economico generato dal turismo.

Le unità produttive venete dell'aggregato turistico sopra definito nel 2015 sono 68 mila e pesano per il 10,4% della corrispondente filiera turistica nazionale; il 3,1% è riconducibile al settore "core", la cui maggioranza opera nel campo dell'alloggio e della ristorazione, mentre il 7,3% è ascrivibile alle attività "collegate", dove oltre il 50% delle unità locali appartiene al segmento dell'intermediazione turistica e di servizi annessi. A livello regionale, le imprese direttamente connesse all'attività turistica (core) rappresentano quasi il cinque per cento della base imprenditoriale veneta, mentre le imprese ascrivibili alle attività "collegate" hanno una quota pari all'11,6%. Nel periodo preso in esame (2015:2013), le unità produttive della filiera turistica registrano una leggera contrazione (-0,4% di media annua), in linea con quanto avviene per l'insieme delle unità locali regionali. Questa dinamica negativa è però il frutto di due andamenti contrapposti: da un lato si assiste all'aumento delle unità locali della componente "core" (+2,1% di media annua), dall'altro si registra una riduzione delle attività "collegate" (-1,3%).

L'aggregato turistico analizzato è composto da 68 mila unità produttive

Fig. 5.2.1 – Distribuzione % delle unità locali della filiera turistica. Anno 2015



Fonte: Elaborazione dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

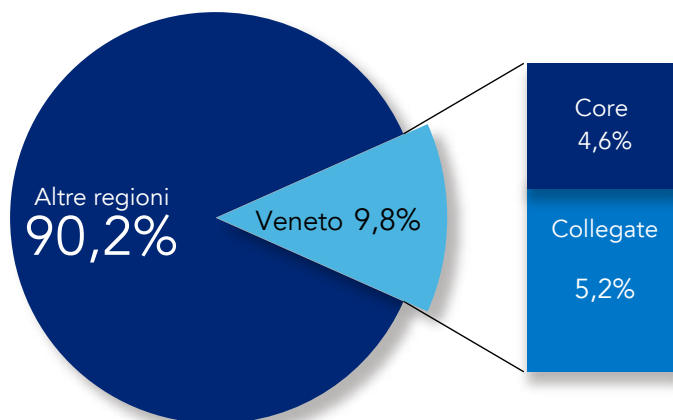
⁵ Archivi Istat Asia e Frame-SBS.

L'aggregato delle unità produttive venete continua a trainare l'economia regionale e le performance economiche del settore risultano in sensibile crescita: nel triennio 2013-2015 il fatturato delle imprese venete del settore cresce mediamente del +3,2%, performance più elevata rispetto ai ritmi dell'intero settore privato regionale⁶.

Nel triennio 2013-2015 il fatturato cresce mediamente del +3,2%

Il fatturato generato dalle attività produttive venete dell'aggregato turistico considerato è pari a 15 miliardi di euro nel 2015 e pesa per il 9,8% del fatturato totale italiano del settore: l'evidente rilevanza dell'economia veneta sul totale nazionale in relazione al fatturato è chiaramente spiegata dalla forte vocazione turistica che caratterizza il Veneto, prima regione italiana per numero di presenze. Quasi la metà di questo fatturato è ascrivibile alle attività di tipo "core" (4,6%), grazie al contributo delle attività alberghiere (2,2 miliardi di euro nel 2015) e della ristorazione (3,6 miliardi di euro), mentre la quota del fatturato delle attività "collegate" venete sul totale della filiera turistica nazionale è del 5,2%.

Fig. 5.2.2 – Distribuzione % del fatturato delle unità locali della filiera turistica. Anno 2015



Fonte: Elaborazione dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

L'ammontare delle retribuzioni del personale impiegato nelle unità produttive dell'aggregato turistico si aggira attorno ai due miliardi di euro e rappresenta l'8,7% del monte salari dello stesso aggregato nazionale. Nel periodo preso in esame, le retribuzioni crescono mediamente di due punti percentuali all'anno ma sono quelle del personale impiegato nelle attività "core" a registrare gli incrementi più significativi: +4,1% di media annua.

Il buono stato di salute del settore turistico regionale viene confermato anche dai risultati del valore aggiunto generato dalle unità produttive considerate, che cresce a una media annua del +2%. A trainare le ottime prestazioni economiche dell'aggregato turistico è stato il segmento delle attività "core", che fanno registrare una crescita della ricchezza prodotta vicina ai sei punti percentuali su base annua. Invece, le attività "collegate" registrano una leggera flessione del valore prodotto, pari a -0,5%, dovuta a un calo del valore aggiunto nei trasporti aerei⁷ e nei servizi turistici (fiere, servizi alle imprese turistiche, etc.).

Nel triennio 2013-2015 il valore aggiunto cresce mediamente del 2%

⁶ Nell'archivio Frame-SBS non sono presenti i settori dell'agricoltura e delle attività finanziarie.

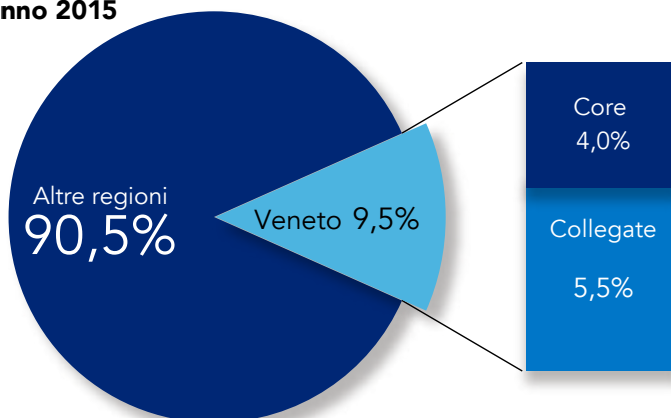
⁷ La presenza di poche imprese del settore con sedi concentrate in altre regioni italiane potrebbe determinare una sottostima del valore aggiunto prodotto da questo settore sul territorio regionale (nel 2015 è pari al 2,3% del totale nazionale) e, quindi, generare delle dinamiche fluttuanti.

Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

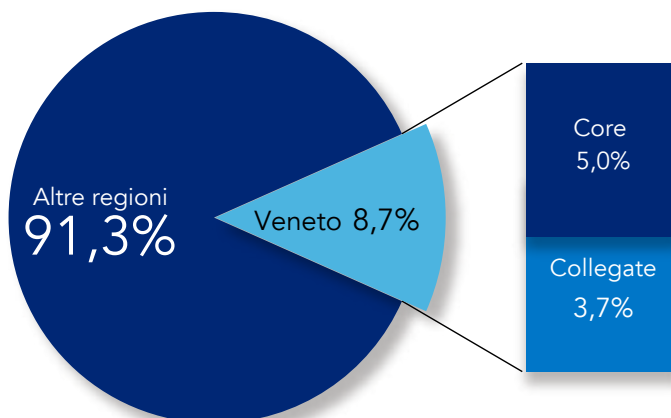
5

Fig. 5.2.3 – Distribuzione % del valore aggiunto delle unità locali della filiera turistica. Anno 2015



Fonte: Elaborazione dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

Fig. 5.2.4 – Distribuzione % delle retribuzioni del personale impiegato nelle unità locali della filiera turistica. Anno 2015



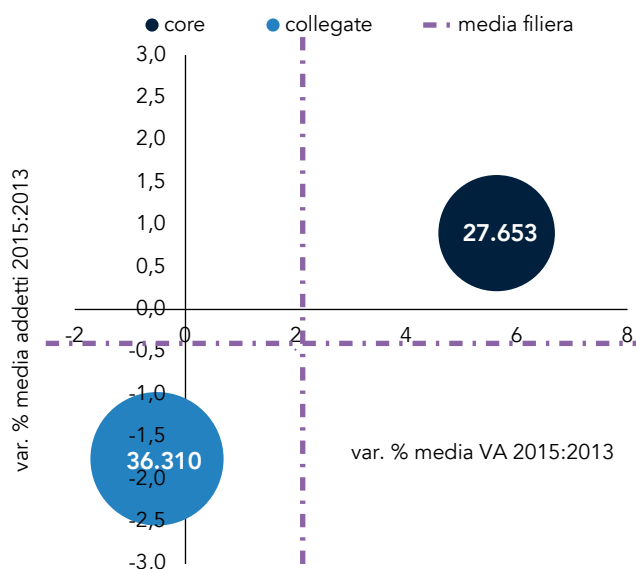
Fonte: Elaborazione dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

In crescita anche la produttività

Questo andamento positivo, che secondo le previsioni e i risultati delle presenze turistiche si dovrebbe protrarre anche nel biennio successivo, viene confermato anche dall'analisi della produttività del comparto turistico, intesa come valore aggiunto per addetto. Nel periodo 2013:2015 si evidenzia una sensibile crescita della produttività, che nel 2015 supera la soglia dei 32 mila euro per addetto. A crescere è soprattutto la parte "core", il cui valore (27.653 euro) resta comunque inferiore alla media del settore, risentendo della bassa produttività del comparto della ristorazione.

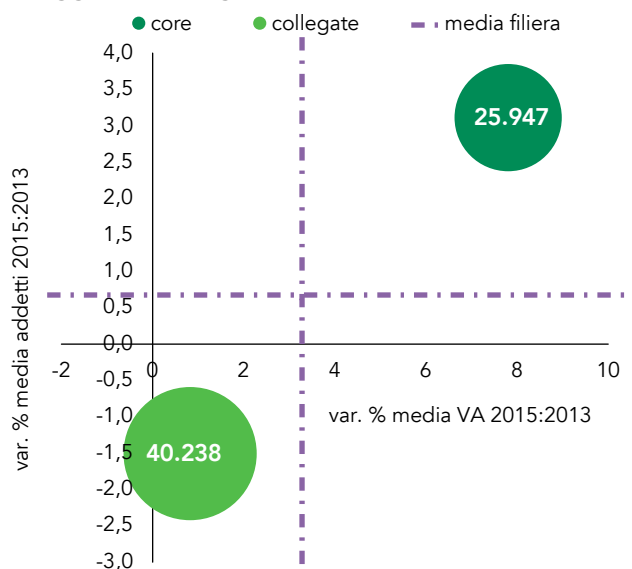
In ambito nazionale, le dinamiche di crescita delle produttività dell'industria turistica, nel periodo preso in esame, sono simili a quelle registrate in Veneto, con un valore della produttività che supera abbondantemente i 33 mila euro. Il valore della produttività delle attività "core" sfiora i 26 mila euro, oltre due mila euro in più rispetto al valore registrato nel 2013, mentre per le attività collegate si superano i 40 mila euro.

Fig. 5.2.5 – Performance dei settori delle imprese della filiera turistica per attività. Valore della produttività anno 2015 (euro), var. % media annua 2015:2013 del valore aggiunto e degli addetti. Veneto



Fonte: Elaborazione dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

Fig. 5.2.6 – Performance dei settori delle imprese della filiera turistica per attività. Valore della produttività anno 2015 (euro), var. % media annua 2015:2013 del valore aggiunto e degli addetti. Italia



Fonte: Elaborazione dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

La produttività dell'aggregato turistico considerato è ridotta rispetto alla produttività calcolata sul complesso delle imprese del territorio veneto in quanto i settori economici considerati sono, per la maggior parte, ad alta intensità di lavoro. Confrontando i valori della produttività per tipologia di attività, si nota che il valore generato dalle attività "collegate" nazionali è sensibilmente superiore a

Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

5

quello prodotto in Veneto; ciò è essenzialmente dovuto ad alcuni settori economici presenti in modo più preponderante sul territorio nazionale ad elevata produttività (attività di noleggio autoveicoli e settore immobiliare). Al contrario, per le attività "core" sono le attività produttive venete a risultare più performanti e a registrare i valori di produttività più elevati; questo avviene sia per le attività di alloggio, con differenze che raggiungono quasi sei mila euro, sia nel settore della ristorazione.

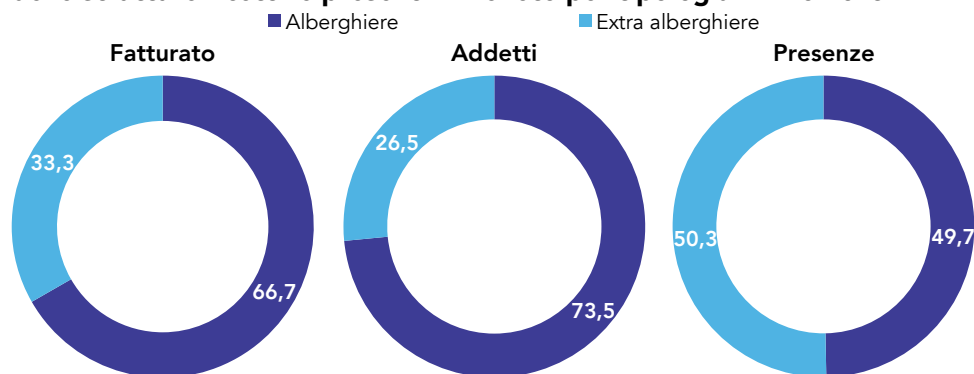
5.3 Le imprese venete dell'ospitalità

Il presente paragrafo intende fornire una prima lettura delle performance economiche delle strutture ricettive venete, fotografando lo stato dell'arte dell'accoglienza turistica veneta per l'anno 2015. Integrando gli archivi statistici relativi alle imprese e ai flussi turistici⁸, si è voluto misurare la performance non solo sul piano della numerosità della clientela, ma anche in termini di rendimenti delle vendite e di efficienza produttiva delle attività dell'ospitalità.

I dati raccolti attraverso la rilevazione dei movimenti turistici, opportunamente integrati con altre fonti statistiche, forniscono una base conoscitiva interessante per approfondire le misurazioni statistiche e avere indicazioni sulla competitività del settore turistico.

L'incrocio tra i dati dei diversi archivi ha permesso di coprire⁹ la quasi totalità del settore alberghiero (98,3% delle presenze turistiche e 90,5% delle strutture), delle strutture ricettive all'aperto (99,6% delle presenze e 95,8% delle strutture) e delle locazioni turistiche (98,9% delle presenze e 86,0% delle strutture), mentre si è dimostrato più difficoltoso l'aggancio per altre tipologie di esercizi, come gli agriturismi, le "case per vacanze" e i bed and breakfast. Queste ultime tipologie ricettive sono spesso gestite da associazioni, da aziende agricole, oppure, come nel caso dei bed and breakfast, sono a conduzione familiare e, quindi, fuori dal campo di osservazione dell'archivio Istat-Asia utilizzato.

Fig. 5.3.1 – Percentuale del fatturato, delle presenze turistiche e degli addetti delle strutture ricettive presenti in Veneto per tipologia. Anno 2015



Fonte: Elaborazione dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

Nel 2015 le imprese che gestiscono attività ricettive in Veneto hanno realizzato un fatturato che sfonda abbondantemente il tetto dei 3 miliardi di euro e che ha generato un valore aggiunto complessivo che si attesta sui 1,5 miliardi di euro.

⁸ Asia unità locali, Frame SBS unità locali e Movimenti dei clienti negli esercizi ricettivi

⁹ Sono state intercettate quasi tutte le grandi strutture ricettive, arrivando a un tasso di copertura complessivo delle presenze pari al 92%.

Oltre 3 miliardi di fatturato

Buona parte di questa ricchezza viene prodotta dal comparto alberghiero: a fronte del 49,7% delle presenze turistiche, le strutture alberghiere producono il 66,7% del fatturato complessivo e impiegano quasi i 2/3 della forza lavoro delle strutture che si occupano dell'ospitalità veneta.

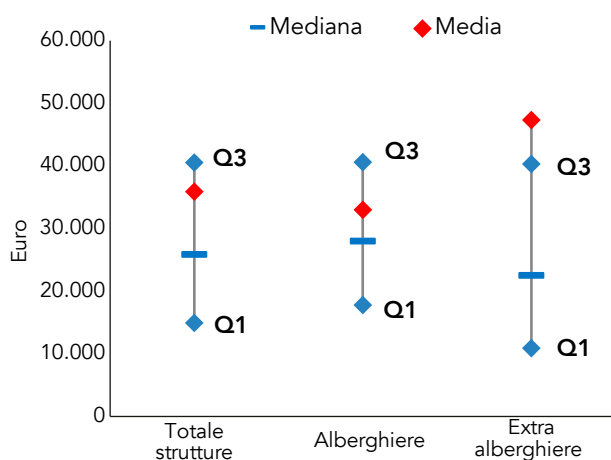
Per il complesso delle attività ricettive, il valore aggiunto per addetto, ossia l'indicatore che rappresenta la produttività nominale del lavoro, ammonta a quasi 36 mila euro. Il differenziale della produttività tra strutture alberghiere ed extra alberghiere è nettamente a favore di quest'ultima categoria: il valore aggiunto per addetto medio delle strutture extra alberghiere si aggira attorno ai 47 mila euro, a fronte dei 33 mila euro delle strutture alberghiere, e ciò è dovuto essenzialmente alla elevata produttività di alcuni specifici settori (campeggi e residenze di pregio non alberghiere).

Osservando la distribuzione del valore aggiunto per addetto, si rileva che sono le strutture alberghiere ad avere i valori mediani¹⁰ più elevati, circa 5 mila euro in più rispetto alle strutture extra alberghiere, e una maggiore concentrazione della distribuzione della produttività: il 50% delle strutture alberghiere generano una produttività che varia tra i 18 mila e i 41 mila euro, mentre per le strutture extra alberghiere il range interquartile¹¹ è superiore e varia tra gli 11 mila e i 40 mila euro.

L'extralberghiero ha una produttività media più alta, ma gli alberghi registrano valori mediani più elevati



Fig. 5.3.2 – Distribuzione del valore aggiunto per addetto per tipologia di struttura ricettiva (euro). Valori medi e alcuni indici di posizione (*). Veneto - Anno 2015



(*) Sono rappresentati in figura i valori medi e alcuni indici di posizione (mediana, primo quartile (Q1) e terzo quartile (Q3)). Tramite questo grafico è possibile avere una visione grafica anche della variabilità del fenomeno (la differenza tra il primo e il terzo quartile rappresenta lo scarto interquartile).

Fonte: Elaborazione dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

I livelli di produttività, oltre che alla classe dimensionale della struttura ricettiva, sono fortemente legati all'appartenenza a gruppi d'impresa: un esercizio ricettivo inserito in un gruppo beneficia di una dimensione aggregativa superiore che facilita l'efficienza organizzativa attraverso la condivisione di risorse e strategie, rendendolo più competitivo.

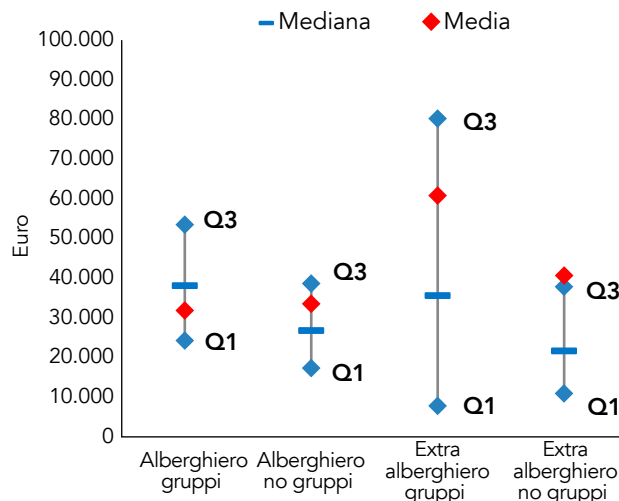
¹⁰ Si definisce la mediana (o valore mediano) come il valore (o l'insieme di valori) assunto dalle unità statistiche che si trovano nel mezzo della distribuzione.

¹¹ È la differenza tra il terzo e il primo quartile, ovvero l'ampiezza della fascia di valori che contiene la metà centrale dei valori osservati.

5 Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

Fig. 5.3.3 – Distribuzione del valore aggiunto per addetto per tipologia di struttura ricettiva in base all'appartenenza a gruppi (euro). Valori medi e alcuni indici di posizione (*). Veneto - Anno 2015



(* Sono rappresentati in figura i valori medi e alcuni indici di posizione (mediana, primo quartile (Q1) e terzo quartile (Q3)). Tramite questo grafico è possibile avere una visione grafica anche della variabilità del fenomeno (la differenza tra il primo e il terzo quartile rappresenta lo scarto interquartile).

Fonte: Elaborazione dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

Le unità appartenenti a gruppi d'impresa risultano più produttive

Le strutture ricettive venete che appartengono a gruppi, infatti, presentano complessivamente livelli medi di produttività più elevati: la differenza tra i valori medi è di circa 11 mila euro a favore degli alberghi appartenenti a gruppi, che diventano 14 mila euro nel caso delle strutture extra alberghiere. Inoltre, il valore mediano della produttività degli esercizi ricettivi extra alberghieri appartenenti a gruppi si avvicina molto a quello delle strutture di una catena alberghiera, rispettivamente 36 mila euro e 38 mila euro.

Ciò che cambia, invece, è la distribuzione della produttività: le strutture ricettive appartenenti alle catene alberghiere sono maggiormente concentrate attorno al valore mediano, con una distribuzione leggermente obliqua a sinistra (leggera prevalenza di valori bassi), mentre le strutture ricettive extra alberghiere appartenenti a gruppi hanno una distanza interquartile molto ampia, da 8 mila a 61 mila euro, e una distribuzione obliqua a destra (prevalenza di valori elevati nel settore delle locazioni extra alberghiere di lusso).

L'appartenenza a gruppi di imprese sembra la strada migliore per garantire la competitività delle strutture ricettive, soprattutto per quelle di categoria superiore, consentendo economie di scala, efficienza organizzativa, possibilità di reperire maggiori fonti di finanziamento meno onerose e di realizzare investimenti finalizzati alla qualità e all'attuazione di strategie di marketing con altri operatori turistici.

5.4 Gli effetti indiretti: focus sul connubio tra turismo ed export agroalimentare

Il turismo è sicuramente uno dei veicoli di promozione dei prodotti della meta di destinazione: la visita di cittadini stranieri in Italia e in Veneto è, infatti, un primo canale di contatto fra domanda estera e offerta interna, in particolare per i beni con i quali il turista si avvicina durante il suo soggiorno: dalla buona cucina al vestir bene, dagli arredi urbani a quelli degli alberghi. Spesso il turista s'innamora

dell'italian style ed il Veneto, territorio dal manifatturiero di specializzazione e alta qualità, ne è uno dei produttori più rappresentativi. Le categorie merceologiche più direttamente interessate dal turismo sono la moda con tutte le sue specialità, dal tessile, all'abbigliamento, alle calzature, ai gioielli fino all'occhialeria, l'interior design, a partire dall'arredamento fino all'oggettistica dei vetri di Murano e sicuramente l'agroalimentare.

In questo paragrafo concentriamo l'analisi sul settore agroalimentare: chi ha assaporato in loco la nostra enogastronomia e ha effettuato acquisti di prodotti alimentari di qualità ne sarà poi testimone nel proprio Paese.

L'Italia è il primo paese al mondo per numero di prodotti alimentari di qualità certificati, contando le DOP (Denominazione di Origine Protetta), le IGP (Indicazione Geografica Protetta) e le STG (Specialità Tradizionale Garantita): nel corso del 2017, considerando i prodotti wine & food assieme, ne conta ben 818. Il contributo del Veneto è da podio, dal momento che si piazza secondo per numero di prodotti food dietro all'Emilia Romagna, generando un valore alla produzione di quasi 400 milioni di euro. Il prodotto di punta è il formaggio Asiago che crea un fatturato alla produzione di quasi 100 milioni di euro. Anche sul versante wine siamo la seconda regione d'Italia per numero di certificazioni, con un fatturato di 1,3 miliardi di euro e leader indiscusso del successo il Prosecco DOP.

Nel 2017 l'Italia ha battuto un ulteriore record nell'export di prodotti agroalimentari¹², superando i 41 miliardi di euro e con una crescita di quasi 7 punti percentuali rispetto al 2016; il Veneto è la seconda regione dopo la Lombardia, con 6,6 miliardi di euro, ma negli ultimi 5 anni consegue i risultati migliori, con una crescita media annuale di 6,8 punti percentuali.

I best-seller italiani a marchio veneto sono i vini e le altre bevande (prodotti italiani col valore più elevato in assoluto), gli ortaggi, i prodotti per l'alimentazione degli animali, il pesce fresco e il legno grezzo: la nostra regione rappresenta per ciascuno di essi una quota percentuale sul totale nazionale sempre superiore al 20%. Il vino è riconosciuto come il prodotto di punta: il Veneto è la prima regione esportatrice con oltre il 35% del valore nazionale, nel 2017 raggiunge il record di 2,1 miliardi di euro e +6,4 punti percentuali rispetto al 2016. Il Regno Unito è il primo partner, con quasi 430 milioni di euro, in crescita di 3,6 punti, seguono gli USA con quasi 420 milioni, in aumento di quasi 12 punti, e la Germania con 335 milioni (+0,7%). In calo i paesi nordici Danimarca, Paesi Bassi e Norvegia mentre è sorprendente la crescita di Cina (+42,7%), Francia (+27,5%) e Russia (+20,5%).

Per comprendere le relazioni tra l'export agroalimentare veneto e i flussi turistici¹³, è stata elaborata un'analisi multivariata¹⁴ per la quale, per ciascun paese sono stati presi in esame: per l'export agroalimentare, il peso del valore dell'export veneto rispetto al totale; analogamente, per le presenze turistiche, il peso del paese stesso sul totale delle presenze straniere. Per entrambi, sono state considerate la variazione percentuale nell'ultimo anno e la variazione percentuale media degli ultimi dieci anni; si sono ottenuti sei raggruppamenti ben definiti dei paesi stranieri considerati¹⁵, in base ai legami intercorrenti tra le variabili esaminate.

Un primo gruppo, che comprende venti paesi¹⁶, è caratterizzato da un basso peso sia nell'export che nelle presenze (inferiori entrambi all'1% sul totale) ma con un trend in buona crescita in entrambe le variabili: l'export performa meglio nel lungo periodo (+7,9%) mentre le presenze vanno meglio nella variazione sull'ultimo anno

¹² Sono considerati i prodotti dell'industria alimentare e dell'agricoltura, silvicoltura e pesca

¹³ Sono state considerate le presenze turistiche

¹⁴ Cluster analysis

¹⁵ Sia per l'export che per il turismo sono stati considerati i primi 39 paesi più rilevanti

¹⁶ Lituania, Messico, Giappone, Finlandia, Polonia, Irlanda, Canada, Portogallo, Slovacchia, Croazia, Australia, Slovenia, Grecia, Bulgaria, Lettonia, Russia, Brasile, Ungheria, Rep. Ceca, Corea del Sud

Il vino è il prodotto agroalimentare veneto best-seller all'estero



Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

5

20 i paesi interessati al Veneto su cui puntare per export e turismo nel prossimo futuro

(+13,7%). Questo gruppo rappresenta quindi i mercati su cui puntare nel prossimo futuro (mercati "futures").

Il secondo gruppo, formato da nove paesi, dei quali cinque sono situati nell'area del Nord Europa¹⁷, è caratterizzato da un peso ancora poco rappresentativo sul totale (rispettivamente 1,5% e 1,4% per export e presenze) e tassi di crescita nell'ultimo anno non competitivi, sebbene la performance sia migliore nel corso del decennio considerato. Questo gruppo rappresenta i mercati ai cui occhi il Veneto sta perdendo appeal, sia dal punto di vista turistico che di export (mercati da non perdere di vista).

Il terzo gruppo, formato da sei paesi¹⁸, è caratterizzato da una buona rappresentatività sul totale sia per le presenze che per l'export (4,7% e 6,7% rispettivamente) e con una crescita migliore nell'ultimo anno rispetto alla media del decennio. Questo gruppo rappresenta mercati solidamente attaccati al Veneto (mercati in via di maturazione).

Il quarto gruppo, formato da soli due paesi (Ucraina ed Estonia), è caratterizzato da una bassissima rappresentatività sia per l'export che per le presenze ma la crescita, soprattutto nel breve periodo, è esplosiva: +54,9% di export e +21,7% per le presenze nell'ultimo anno. In questo gruppo sono presenti mercati in crescita esponenziale (mercati esplosivi).

Rimangono poi due paesi che sono classificati a sé, ciascuno a formare un gruppo individuale ben distinto: Germania e Cina.

Tab. 5.4.1 - Media delle variabili considerate per ciascun cluster

Mercati	peso % export agroalim.	var. % 2017/16 export agroalim.	var. % 2017/08 export agroalim.	peso % pres.	var. % 2017/16 pres.	var. % 2017/08 pres.	numerosità
Cluster 1 futures	0,9	9,4	7,9	0,8	13,7	4,4	20
Cluster 2 da non perdere di vista	1,5	0,1	6,7	1,4	-0,7	2,3	9
Cluster 3 in via di maturazione	6,7	9,2	7,7	4,7	5,4	2,1	6
Cluster 4 esplosivi	0,3	54,9	18,5	0,2	21,7	9,7	2
Cina	0,7	13,0	31,2	2,1	21,1	16,4	1
Germania	19,5	0,3	5,2	35,1	8,0	4,2	1

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

La Germania è caratterizzata dalla maggior rappresentatività sia per quanto riguarda il valore dell'export (19,5%) sia per quanto riguarda le presenze (35,1%) e buoni tassi di crescita per entrambe le variabili considerate nel decennio. Nell'ultimo anno invece cresce la parte turistica (+8%) mentre rallenta l'export (+0,3%). Questo è un mercato che apprezza il Veneto da sempre e che ormai è stabile (mercato maturo).

¹⁷ Svezia, Norvegia, Israele, Turchia, Danimarca, Belgio, Romania, Malta, Paesi Bassi

¹⁸ Francia, Spagna, Austria, Svizzera, Regno Unito, USA

Per quanto riguarda la Cina, è caratterizzata da una bassa rappresentatività nell'export ma una crescita molto consistente nel decennio (+31,2%) e nell'ultimo anno (+13%). Per le presenze turistiche la crescita è più marcata nell'ultimo anno (+21%) rispetto al decennio (+16,4%) e la rappresentatività è maggiore rispetto a quella dell'export (2,1%). Questo è un mercato su cui investire decisamente nei prossimi anni (mercato in crescita).

Gli spunti che emergono da questa analisi sono dunque che circa la metà dei paesi considerati ha ancora un basso peso per le variabili prese in considerazione, ma presenta ottime prospettive di crescita; che sono presenti nove paesi con crescita stagnanti e bassa rappresentatività sia nell'export agroalimentare sia nel turismo; che la Germania può essere considerata un mercato consolidato sia per il valore dell'export sia per la parte turismo e quindi "maturo", mentre la Cina è il paese che presenta delle prospettive di crescita decisamente interessanti.

L'appeal del prosecco

Risulta curioso inoltre confrontare i mercati dell'export di un prodotto tipico veneto, il Prosecco Superiore Docg, con i Paesi di provenienza dei turisti stranieri che visitano la zona.

Le colline di Valdobbiadene e Conegliano, con i borghi, le abbazie, i castelli che sorgono nel bel mezzo di un mosaico creato nei secoli dall'opera quasi interamente manuale dell'uomo, si caratterizzano per la produzione del Prosecco, vino bianco che si distingue per la finezza e la freschezza dei suoi aromi ed che ha conquistato i consumatori di ogni parte del mondo. Quest'area manifesta, soprattutto negli ultimi anni, un'attrattiva turistica in forte crescita, con un +9,1% degli arrivi e un +16% delle presenze nell'ultimo anno, ospitando nel 2017 oltre 176mila turisti per un totale di oltre 415mila presenze. I turisti provengono principalmente dall'Italia (58,6%), ma anche da Germania (7,6%) e Austria (6,5%) e prediligono soprattutto l'offerta alberghiera (71%). Gli ospiti permangono nella zona mediamente 2,4 notti e durante il soggiorno hanno la possibilità di acquistare il Prosecco direttamente dalle cantine, che generalmente propongono anche la visita della cantina stessa (86% dei casi), la visita del vigneto (circa 63%), la degustazione dei vini di produzione (78%).

In un quadro che dal 2003 al 2016 vede un volume delle esportazioni quasi quadruplicato e un numero di turisti stranieri raddoppiato, si possono individuare tre tipologie di mercati: gli importatori tradizionali, nei quali il prosecco Docg ha un più antico radicamento; gli importatori strategici, che hanno aumentato in maniera accelerata le importazioni di Spumante; i nuovi importatori che includono alcuni mercati di piccola dimensione ma che hanno contribuito alla crescita delle esportazioni del settore.

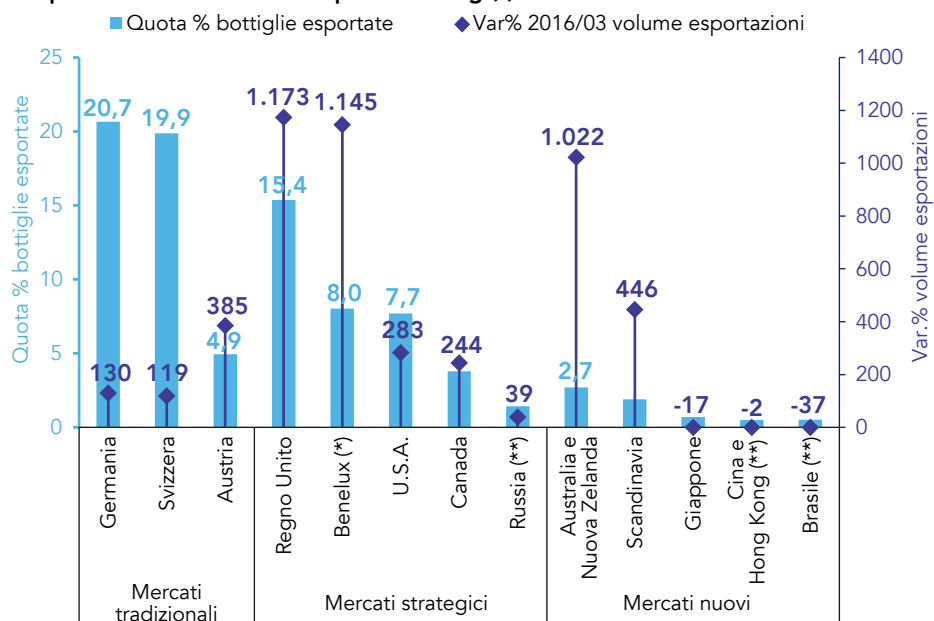
Riportando in un grafico le quote di mercato, si evidenzia come la Germania svetti in prima posizione: nel 2016 è la destinazione del 20,7% delle esportazioni di Prosecco Superiore Docg. Si nota la corrispondenza con il primo posto occupato sul fronte del turismo straniero: è la provenienza del 17,3% degli arrivi di turisti stranieri che hanno scelto la zona delle colline di Valdobbiadene e Conegliano per trascorrervi un soggiorno. Tra i mercati strategici spiccano il Regno Unito e il Benelux - Paesi Bassi, Belgio e Lussemburgo - tra i mercati nuovi si evidenzia l'Australia e la Scandinavia. Le esportazioni verso la Cina denotano negli anni un andamento altalenante, che mostra un 2016 in linea con il 2010, ma considerata la forte crescita dei turisti cinesi diretti verso queste località, i numeri di chi può apprezzare il nostro Prosecco possono rapidamente aumentare.

Il prosecco attrae turismo e induce l'export

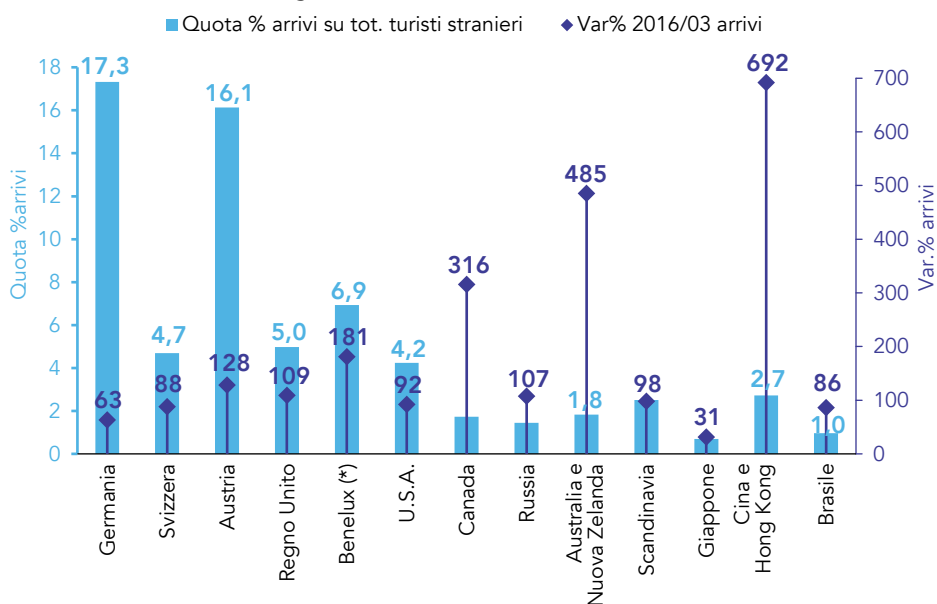


Fig. 5.4.1 - L'appeal del Prosecco Superiore Dcog e del territorio Conegliano Valdobbiadene nei principali mercati. Quota % 2016 e variazioni % 2016/03 di esportazioni e di arrivi turistici

Le esportazioni di Prosecco Superiore Dcog (*)



I turisti nel territorio Conegliano Valdobbiadene



(*) 2016 ultimo dato disponibile

(*) Paesi Bassi, Belgio e Lussemburgo

(**) Variazione % 2016/10

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat - Regione Veneto e Centro Studi del Conegliano Valdobbiadene

Il turismo nella zona Conegliano Valdobbiadene vede nel 2017 un interesse in forte crescita da parte di quasi tutte le principali nazionalità di provenienza, con una brusca frenata nel caso della Cina.

Tab. 5.4.2 - Movimenti turistici nel territorio Conegliano Valdobbiadene per provenienza. Anno 2017

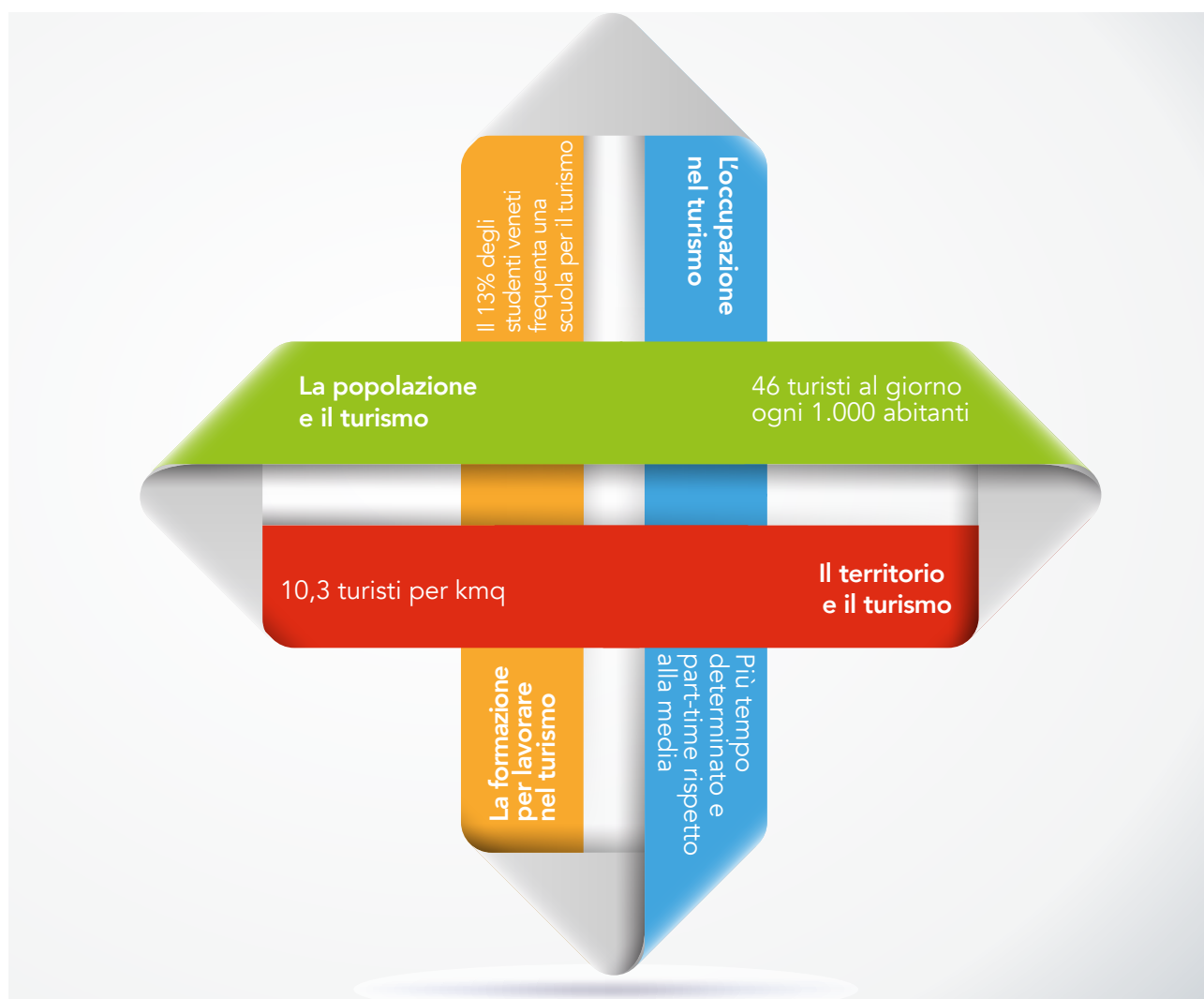
Provenienza	Arrivi			
	2017	Quota %	Var% 2017/16	Presenze 2017
Italia	103.586	58,6	9,2	227.990
Germania	13.451	7,6	15,4	33.253
Austria	11.471	6,5	5,7	25.902
Francia	3.767	2,1	8,9	8.822
Regno Unito	3.544	2,0	5,8	9.300
U.s.a.	3.487	2,0	22,3	9.934
Svizzera-Liecht.	3.383	1,9	7,0	8.467
Polonia	3.274	1,9	45,0	5.668
Paesi Bassi	3.062	1,7	0,4	11.092
Belgio	1.550	0,9	3,7	4.445
Cina	1.492	0,8	-18,4	4.298
Romania	1.491	0,8	3,6	6.223
Spagna	1.344	0,8	9,8	2.904
Australia	1.311	0,7	16,9	3.883
Russia	1.222	0,7	26,1	3.130
...				
Totale generale	176.856	100	9,1	415.663

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati provvisori Istat - Regione Veneto



Analisi del sistema turistico del Veneto: l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

6



Cap.6 - Il turismo e l'impatto sociale

Il turismo provoca inevitabilmente nel luogo di destinazione delle trasformazioni economiche e territoriali, ma anche di tipo sociale e culturale; si possono generare indubbiamente benefici per la comunità locale, come la creazione di posti di lavoro, ma in alcuni casi anche danni o quantomeno "fastidi".

Per impatto socio-culturale del turismo si intende l'insieme degli effetti, diretti o indiretti, dei flussi turistici sulle comunità ospitanti. Gli effetti sono diversi e non sempre facilmente misurabili, impatti positivi o negativi che dipendono molto dalla tipologia di turismo (più o meno intensivo, ancora esplorativo o di massa standardizzato), dal coinvolgimento della popolazione nell'attività turistica, dal livello di saturazione del territorio, dalla coesione culturale e sociale della comunità che accoglie, ma soprattutto dalla capacità di creare un turismo "buono" per la comunità e il territorio, governato attraverso processi sostenibili e responsabili.

A lungo termine la competitività del turismo è strettamente legata alla sostenibilità del suo modello di sviluppo, poiché la qualità delle destinazioni turistiche dipende dall'ambiente naturale e culturale e dagli atteggiamenti della comunità locale.

Le preoccupazioni per la sostenibilità del turismo sono già consolidate in Europa, l'impegno è favorire un turismo sostenibile, responsabile e di qualità al fine di raggiungere tre obiettivi chiave: prosperità economica, equità e coesione sociale, protezione dell'ambiente. Puntare alla prosperità economica sostenibile significa garantire competitività e prosperità alle imprese e alle destinazioni turistiche nel lungo periodo, ma anche migliorare la qualità dell'occupazione turistica, in termini di orari, livelli retributivi, possibilità di carriera e durata nel tempo. Trattenerne il più possibile a livello locale il reddito generato dal settore turistico e distribuire in modo ampio tra la popolazione i benefici economici e sociali sono misure che garantiscono equità e coesione sociale, al fine di migliorare la qualità di vita delle comunità locali.

Infine, un turismo sostenibile ha a cuore la protezione dell'ambiente e del patrimonio culturale, è attento a migliorare la qualità dei paesaggi, minimizzare l'inquinamento e il degrado dell'ambiente, mantenere e rafforzare la ricchezza culturale, le tradizioni e le caratteristiche peculiari delle comunità ospiti.

Rispetto ad altre attività, il turismo può avere un impatto veramente considerevole sullo sviluppo sostenibile, sia per le dimensioni del fenomeno sia per la relazione speciale che il turismo ha con ambiente e società. Non a caso il contributo che il turismo può dare allo sviluppo sostenibile trova riconoscimento nell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile, per il perseguimento di obiettivi quali "incentivare una crescita economica, duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva a un lavoro dignitoso per tutti" (goal 8), "garantire modelli sostenibili di produzione e consumo" (goal 12) e "conservare e utilizzare in modo durevole gli oceani, i mari e le risorse marine per uno sviluppo sostenibile" (goal 14).

Se è vero che nel tempo va diffondendosi la cultura della "sostenibilità", ancora molto rimane da fare ed è richiesto l'impegno di tutti i soggetti coinvolti nel sistema turistico: una governance più attenta e sensibile, capace di indirizzare, la volontà delle imprese turistiche, l'attenzione delle comunità locali, ma anche maggiore formazione e consapevolezza del turista, capace di operare scelte a favore dello sviluppo sostenibile. Sempre di più la sostenibilità dovrebbe essere equiparata alla qualità e i turisti dovrebbero riconoscere che le località attente all'ambiente e alle comunità locali avranno anche maggiore attenzione nei loro confronti.

Il turismo è contatto tra persone con culture, linguaggi, valori, abitudini e stili di vita a volte molto differenti. Il viaggio racchiude in sé la possibilità di incontrare e

**Turismo competitivo
se sostenibile**



Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

6



Il viaggio è incontro

conoscere altre persone, può incoraggiare la comprensione reciproca, l'apertura all'integrazione e contribuire alla diminuzione dei pregiudizi. Il turismo può rivelarsi, quindi, strumento prezioso che aiuta l'incontro rispettoso tra culture diverse, credenze e altri aspetti che sono assolutamente positivi.

Viene a mancare l'incontro se il turista è disinteressato alla cultura e all'identità locale e cerca di imporre il proprio stile di vita e i propri valori culturali, ma anche se la comunità ospitante "rinuncia" a farsi conoscere. La perdita di valori e di identità ha a che fare con la standardizzazione dei luoghi e la mercificazione delle tradizioni e dei costumi delle località ospitanti a uso e consumo dei visitatori. Per soddisfare il turista, a volte le destinazioni non solo tendono a offrire servizi che riproducano gli standard di consumo quotidiano dei visitatori, che garantiscono loro un senso di sicurezza e di protezione, ma anche a modificare le proprie tradizioni popolari e culturali, a semplificarle per renderle più comprensibili e adatte al gusto del turista medio, tanto da svuotarle del loro significato originario.

Non mancano realtà più attente e virtuose, dove maggiore è il senso di appartenenza alla comunità e più forte è l'orgoglio per la propria identità, le proprie origini e la propria storia; realtà che hanno saputo vedere proprio nel turismo l'occasione per la valorizzazione dei luoghi, dei siti naturali e del patrimonio locale, per il recupero delle tradizioni storiche e culturali e delle consuetudini locali, per favorire la rinascita di culture, arti e artigianato locale.

Fallisce l'incontro tra ospiti e popolazione locale se il turismo viene percepito dai residenti come fattore di disturbo e di stress, che incide negativamente sulla propria qualità di vita, determinando relazioni conflittuali. L'attitudine dei residenti verso lo sviluppo turistico può infatti passare attraverso varie fasi: da una fase iniziale di accoglienza, in cui i turisti sono benvenuti, a quella in cui prevale l'apatia o l'insofferenza, fino a un vero e proprio rifiuto dell'ospite, visto come un intruso che minaccia il regolare svolgimento della vita comunitaria, quando il numero dei turisti diventa eccessivo per la possibilità di accoglienza del territorio e della comunità.

L'aumento dei visitatori oltre una certa soglia crea problemi di convivenza e incomprensioni con la comunità locale, si possono instaurare tensioni sociali, conflitti per l'utilizzo del territorio, l'uso delle risorse, dei servizi pubblici, delle infrastrutture, dei mezzi di trasporti e degli spazi pubblici; una sorta di competizione tra residenti e turisti, tra chi abita il territorio e chi semplicemente lo usa per periodi limitati, appunto per motivi turistici.

Altri possono essere i costi e le ricadute negative sulla popolazione causate da uno sviluppo non sostenibile del turismo: si pensi all'uso irresponsabile del territorio, all'inquinamento ambientale, alla snaturalizzazione di alcune aree commercializzate per fini turistici e dalle quali vengono allontanati i residenti, al fatto che il prezzo del suolo e delle proprietà immobiliari tenda a lievitare, che vi sia un incremento dei prezzi in ogni settore, ma anche al peggioramento della sicurezza, poiché la criminalità tende a crescere all'aumentare del numero di visitatori. Tutto ciò potrebbe portare a intendere (vedere) il turismo come un ostacolo per la comunità piuttosto che un mezzo per lo sviluppo economico e sociale.

6. 1 - Turismo, popolazione e territorio

L'arrivo di turisti comporta un aumento delle persone che utilizzano il territorio in un determinato periodo, modificando la domanda di servizi e di conseguenza la qualità delle prestazioni offerte. A livello territoriale l'impatto del turismo può generare problemi nella gestione dei servizi che richiedono di essere rafforzati nel momento in cui il numero di utilizzatori aumenta sensibilmente. Non solo, esistono

dei limiti dati dalla capacità di carico del territorio che non possono essere superati e dei quali bisogna tenere conto nella progettazione e nel governo dello sviluppo del turismo. Ci sono, ad esempio, delle località turistiche che in alcuni momenti dell'anno registrano un'affluenza così elevata, che la popolazione residente è addirittura inferiore a quella turistica!

E' recente la scelta dell'amministrazione comunale di Venezia di installare tornelli in città per monitorare, regolare ed eventualmente bloccare l'accesso dei turisti al centro storico nei periodi di maggiore afflusso. Si tratta di un'iniziativa che ha suscitato polemiche e curiosità ma che, in ogni caso, riporta all'attenzione di tutti il problema dell'eccesso di turisti, soprattutto in una città fragile e unica come Venezia.

Conoscere la pressione del turismo sul territorio e sulla popolazione nei diversi periodi dell'anno è fondamentale per definire strategie atte ad evitare la saturazione di alcuni servizi e situazioni di sovraffollamento turistico, al fine di salvaguardare sia la soddisfazione dei turisti che il livello di qualità di vita degli abitanti.

Il Veneto è la prima regione in Italia per afflussi turistici, con elevati livelli di presenze e arrivi rispetto alla popolazione residente. Nel 2017 si registrano 69.184.082 presenze turistiche, ciò significa che su una popolazione di 4,9 milioni di residenti, mediamente ogni giorno si contano 39 turisti per 1.000 abitanti, valore che sale a 96 ad agosto, mese di maggiore affluenza turistica. Nell'ultimo triennio il rapporto tra turisti e residenti è aumentato (era 35,2 nel 2015) sia per l'incremento costante delle presenze turistiche (+9,4%) sia per il lieve ma inesorabile calo della popolazione residente (-0,2%).

E' questa una sottostima dell'impatto del turismo sulla comunità, in quanto fa riferimento solo ai turisti che alloggiano per almeno una notte nella nostra regione, mentre non comprende i turisti giornalieri, particolarmente numerosi in certe realtà. A livello regionale si stimano circa 14 milioni di turisti italiani escursionisti, cioè in gita per una giornata, che si aggiungerebbero agli oltre 19 milioni di arrivi di italiani e stranieri che si fermano in Veneto almeno per una notte. L'impatto sulla popolazione salirebbe, così, a circa 46 presenze turistiche per 1.000 abitanti ogni giorno dell'anno.

Nelle analisi che seguono si fa riferimento solo ai turisti che pernottano in una qualche struttura turistica, e alla durata del loro soggiorno, perché il numero dei turisti giornalieri non è disponibile a livello sub-regionale.

L'impatto del turismo sulla popolazione è più intenso nei comprensori "balneare" e "lago", molto al di sopra della media regionale. Le località del comprensorio "lago" sono meta del 19% delle presenze turistiche in Veneto, mentre sono abitate da neanche il 2% della popolazione regionale. Ciò fa sì che l'impatto del turismo sulla popolazione sia alto e pari mediamente nell'anno a 403 presenze ogni 1.000 abitanti.

Queste zone, come quelle balneari, sono soggette a fluttuazioni turistiche non di poco conto, che richiedono una certa reattività e flessibilità da parte del territorio e della comunità: nel mese di agosto la presenza turistica si impenna e i turisti sono più numerosi dei residenti (1.043 ogni 1.000 abitanti). Ma sono soprattutto i comuni costieri a registrare in determinati periodi dell'anno la pressione maggiore, con picchi particolarmente elevati di incidenza turistica sulla popolazione: se mediamente contano 366 turisti su 1.000 abitanti ogni giorno dell'anno, il rapporto raddoppia (826) nei mesi da maggio a settembre e diventa tre volte superiore, o anche più, nel mese di agosto (1.296 turisti su 1.000 residenti), al punto che il numero di turisti ogni giorno supera quello degli abitanti addirittura del 30%.

Nelle zone termali i flussi turistici sono maggiormente distribuiti durante l'anno e la pressione sulla popolazione varia da una media annua di 138 turisti per 1.000

In Veneto circa 46 turisti al giorno ogni 1.000 abitanti



In agosto, al mare e al lago i turisti sono di più degli abitanti

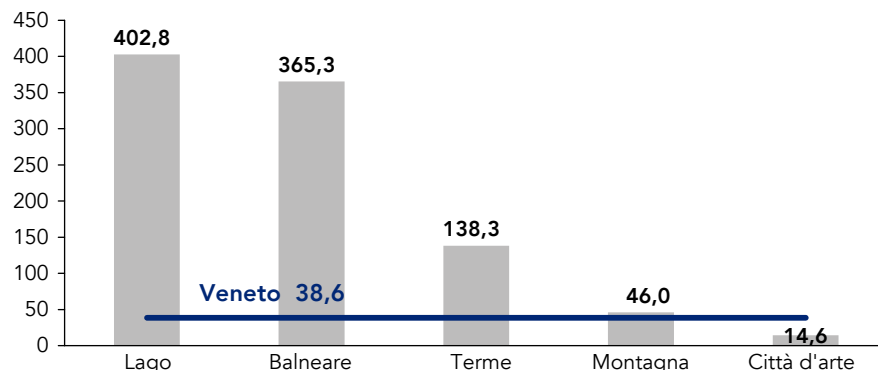


Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale



Fig. 6.1.1 - Tasso di turisticità annuale(*) per comprensori turistici. Veneto - Anno 2017



(*) Tasso di turisticità annuale = (presenze annuali/n. giorni dell'anno)/popolazione residente media nell'anno * 1.000

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat e dati provvisori Istat - Regione Veneto

abitanti al valore massimo di 183 nel mese di ottobre. In montagna l'impatto del turismo sulla popolazione si mantiene a livelli ancora inferiori (mediamente 46 presenze ogni 1.000 residenti nell'anno), anche nei mesi di massima affluenza turistica (138).

Le città d'arte nell'insieme richiamano il 33% delle presenze turistiche in Veneto, ma il turismo impatta meno sulla popolazione perché sono zone molto abitate: ogni 1.000 residenti arrivano circa 15 turisti ogni giorno, dato che si mantiene abbastanza stabile nei diversi mesi dell'anno.

Tab. 6.1.1 - Tasso di turisticità(*) annuale, nel periodo e nel mese di maggiore affollamento per comprensori turistici. Veneto - Anno 2017

	Tasso di turisticità			
	Annuale	Periodo più affollato		Mese più affollato
Balneare	365,3	maggio-settembre	826,1	agosto 1.295,9
Città d'arte	14,6	tutto l'anno	14,6	luglio 18,8
Lago	402,8	marzo-settembre	631,1	agosto 1.042,7
Montagna	46,0	dicembre2016-aprile2017 e giugno-settembre	57,4	agosto 137,5
Terme	138,3	tutto l'anno	138,3	ottobre 182,5
Veneto	38,6	maggio-settembre	67,6	agosto 95,6

(*) Tasso di turisticità = (presenze nel periodo considerato /n. giorni del periodo considerato)/popolazione residente media nell'anno * 1.000

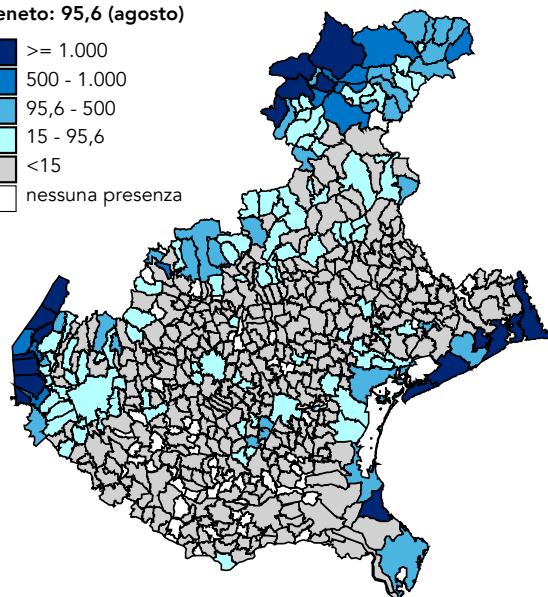
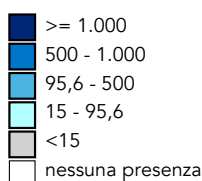
Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat e dati provvisori Istat - Regione Veneto

Nel mese di massima affluenza turistica, nell'11% dei comuni l'incidenza del turismo sulla popolazione è superiore a quella media regionale (96 per 1.000 residenti). San Michele al Tagliamento e Cavallino Treporti risultano i più pressati dal turismo: hanno una popolazione di poco superiore ai 10.000 abitanti, ma nel mese di agosto devono gestire un numero di turisti che è quasi 5 volte quello dei residenti. E' particolarmente vero per San Michele al Tagliamento, che deve gran parte della sua attrattività alla spiaggia di Bibione, per cui si parla di un'incidenza di 4.928 turisti ogni 1.000 abitanti al giorno nel mese di agosto. Per Cavallino Treporti l'incidenza risulta inferiore (4.478,9); seguono Lazise, sul lago di Garda, e

Caorle, con circa 3.900 turisti per 1.000 abitanti. In determinati periodi dell'anno le presenze turistiche sono maggiori della popolazione residente anche in altre 14 realtà: sempre comuni litoranei (Jesolo e Rosolina) e gardesani (Malcesine, Bardolino, Peschiera del Garda, ecc...), ma anche alcuni comuni montani, come Selva di Cadore (2.015), Livinallongo del Col di Lana (1.562) e Cortina d'Ampezzo (1.529).

Fig. 6.1.2 – Tasso di turisticità nel mese più affollato(*) per comune. Veneto – Anno 2017

Media Veneto: 95,6 (agosto)



(*) Tasso di turisticità nel mese più affollato = (presenze nel mese più affollato / n. giorni del mese più affollato) / popolazione residente media nell'anno * 1.000

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat e dati provvisori Istat - Regione Veneto

Un numero così alto di presenze fa sì che sul territorio ogni giorno dell'anno ci siano 10,3 turisti per kmq, valore che sale a 25,5 ad agosto. Mettendo, infine, in relazione i flussi turistici sia con il territorio che con la popolazione residente, si ottiene il numero di persone che complessivamente insistono ogni giorno sul territorio (indice di affollamento). E' un indicatore che meglio della sola densità di popolazione misura la pressione sul territorio e il carico per determinati servizi. Non rappresenta, tuttavia, ancora il carico complessivo, in quanto altre persone per motivi diversi, di lavoro o di studio, gravano giornalmente sul territorio. Sommando la presenza dei turisti a quella dei residenti, ne deriva che in certi periodi dell'anno la pressione sul territorio passa da 267 e 292 persone per kmq. Nel comprensorio "balneare" si raggiungono picchi di 273 turisti per kmq nel mese di massima presenza: in agosto, come già detto, il numero di turisti supera quello dei residenti, tanto da far registrare un indice di affollamento complessivo pari a 484 persone per kmq, tra turisti e residenti, quando la pressione dovuta ai soli residenti che vivono in questi località è di 211 abitanti per kmq. Le zone termali, già densamente abitate (343 residenti per kmq), con la presenza dei turisti arrivano a contare mediamente circa 390 persone per kmq, superando le 400 in certi periodi dell'anno.

La pressione del turismo sul territorio 

Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale



Tab. 6.1.2 - Indicatori di impatto territoriale del turismo per comprensori turistici. Veneto - Anno 2017

	Nell'anno			Nel mese più affollato	
	Densità di popolazione (a)	Densità turistica (b)	Indice di affollamento (c)	Densità turistica (b)	Indice di affollamento (c)
Balneare	210,8	77,0	287,9	273,2	484,0
Città d'arte	355,8	5,2	361,0	6,7	362,5
Lago	157,8	63,6	221,4	164,5	322,3
Montagna	54,7	2,5	57,2	7,5	62,2
Terme	342,5	47,4	389,9	62,5	405,0
Veneto	266,6	10,3	276,9	25,5	292,1

(a) Densità di popolazione = Popolazione residente / superficie in Km²

(b) Densità turistica = (Presenze nel periodo / n. giorni del periodo) / superficie in Km²

(c) Indice di affollamento = ((Presenze nel periodo / n. giorni del periodo) + residenti) / superficie in Km²

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat e dati provvisori Istat - Regione Veneto

Per il comprensorio "lago" il valore medio giornaliero è di 64 presenze per km², ma il dato più che raddoppia (165 per km²) nel mese di agosto. In questo periodo l'indice di affollamento sale a 322 persone per km² rispetto a 221.

In montagna la pressione del turismo sul territorio è decisamente minore che in altre parti della regione, anche nei mesi estivi o in quelli invernali, quando i turisti sono più numerosi: mediamente ogni giorno sul territorio ci sono 2,5 turisti per km² e, con l'aggiunta dei residenti, l'indice di affollamento rimane a 57 persone per km², molto al di sotto del valore regionale, sia per la scarsa presenza di residenti che per l'ampia estensione della superficie del territorio montano, in gran parte non abitabile né raggiungibile dai turisti.

Nelle città d'arte le presenze turistiche sono distribuite tutto l'anno e vista l'ampiezza del territorio incidono meno (5,2 per km²), anche se è vero che il turismo si concentra in alcune città, come nei capoluoghi, o in determinate zone della città. Tra i capoluoghi di provincia classificati come "città d'arte", la presenza turistica è maggiore a Venezia, anche senza considerare il turismo giornaliero e quello delle navi da crociera, nel centro storico ma anche in terraferma, dove molti turisti scelgono di pernottare per poi spostarsi in giornata nel centro storico.

Nello specifico, nel mese più turistico, il comune di Venezia nella sua totalità registra 99,4 turisti ogni km², un valore che riassume quello registrato nel Centro storico (128), in terraferma (Mestre-Marghera 93) e al Lido di Venezia e Pellestrina (36). Per il Centro storico, in termini di presenze sulla popolazione si parla di 436 turisti ogni 1.000 residenti.

Tuttavia, l'indice di affollamento complessivo qui si mantiene al di sotto degli altri capoluoghi più importanti, vista la minore presenza di residenti nel centro storico. Laddove l'impatto del turismo è debole sulla popolazione, incide poco anche sul territorio.

Tra i comuni che risentono di una maggiore pressione del turismo sulla popolazione, nel 49% dei casi subiscono anche impatti forti sul territorio. Sono questi soprattutto i comuni balneari e del lago, in parte della zona termale e Venezia centro storico. Per alcuni comuni di montagna, invece, l'estensione del territorio è tale che, nonostante l'alto rapporto tra turisti e popolazione, l'impatto sul territorio si mantiene al di sotto della media regionale.



Nel centro storico di Venezia fino a 128 turisti per km²

Per alcune zone già molto densamente abitate, come Padova, Verona, Vicenza ma anche la zona di Mestre-Marghera, invece incide di più l'impatto sul territorio che quello sulla popolazione.

Tab. 6.1.3 – Città d'arte: indicatori di impatto territoriale del turismo nei comuni capoluogo di provincia. Veneto - Anno 2017

	Nell'anno				Nel mese più affollato		
	Densità di popol. (a)	Densità turistica (b)	Indice di affollamento (c)	Tasso di turisticità (d)	Densità turistica (b)	Indice di affollamento (c)	Tasso di turisticità (d)
Padova	2.258,8	47,2	2.305,9	20,9	54,8	2.313,6	24,3
Rovigo	472,3	2,4	474,7	5,2	3,1	475,4	6,6
Treviso	1.519,5	13,6	1.533,1	9,0	17,2	1.536,6	11,3
Venezia (senza Lido)	706,3	89,2	795,5	126,4	113,2	819,5	160,3
Centro storico	293,2	101,9	395,1	347,5	127,8	421,0	435,8
Mestre-Marghera	1.377,0	68,7	1.445,7	49,9	93,4	1.470,4	67,8
Verona	1.293,6	31,9	1.325,5	24,7	44,4	1.337,9	34,3
Vicenza	1.389,0	20,5	1.409,5	14,8	25,1	1.414,1	18,1

(a) Densità di popolazione = Popolazione residente / superficie in Km^q

(b) Densità turistica = (Presenze nel periodo / n. giorni del periodo) / superficie in Km^q

(c) Indice di affollamento = ((Presenze nel periodo / n. giorni del periodo) + residenti) / superficie in Km^q

(d) Tasso di turisticità = (Presenze nel periodo considerato / n. giorni del periodo considerato) / popolazione residente media nell'anno * 1.000

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat e dati provvisori Istat - Regione Veneto

6.2 Lavorare nel settore turistico

Un effetto positivo dei flussi turistici sulle comunità ospitanti è la creazione di posti di lavoro. Secondo i dati Istat dell'Indagine continua sulle forze lavoro, nel 2017 in Veneto si possono contare circa 112.400 occupati nei settori turistici "core". Come riportato nel capitolo precedente, rientrano in questa categoria i lavoratori degli alberghi, delle altre strutture ricettive e dei ristoranti, delle agenzie di viaggio e dei tour operator e del trasporto aereo e marittimo di passeggeri.

Questi settori rappresentano appunto il cuore del sistema turistico: da una parte, infatti, queste aziende "vivono" di turismo, e dall'altra un turista per definizione deve spostarsi, mangiare e alloggiare. Sono attività prevalentemente finalizzate ad attrarre e soddisfare i bisogni espressi dai turisti nella destinazione di riferimento, al fine di ottenere un ritorno economico in termini di profitto e si suppone che la quasi totalità degli utenti di queste imprese di servizio siano turisti.

Ci sono poi altre attività che sono strettamente collegate a queste e che coinvolgono il turista durante il viaggio: si tratta della gestione degli affitti, delle attività dei musei e di altre strutture di divertimento, dei trasporti e dei bar. Queste attività coinvolgono 78.400 lavoratori, per cui si può stimare che gli occupati nel turismo in Veneto salgano a 190mila. È chiaro che non tutti questi lavoratori si occupano effettivamente di turismo, perché anche un residente affitta un appartamento, si sposta con i mezzi pubblici e frequenta strutture di divertimento. Sarebbe tuttavia altrettanto riduttivo non considerarle nell'analisi.

Da questo primo esame risulta evidente come sia complesso circoscrivere il sistema

Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

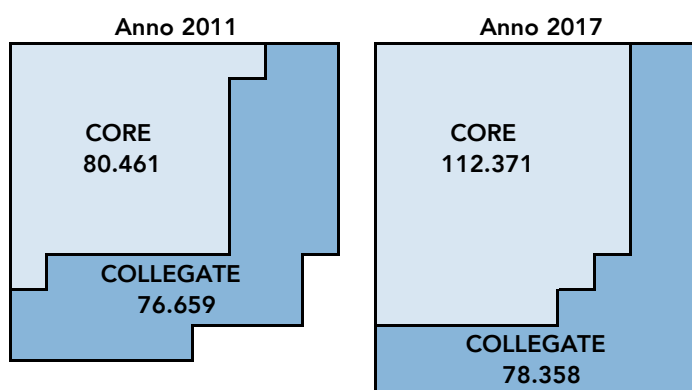


Occupati nel turismo in aumento

turistico: è possibile comunque considerare le stime proposte come dei confini più o meno flessibili entro i quali può ricadere il numero effettivo di occupati.

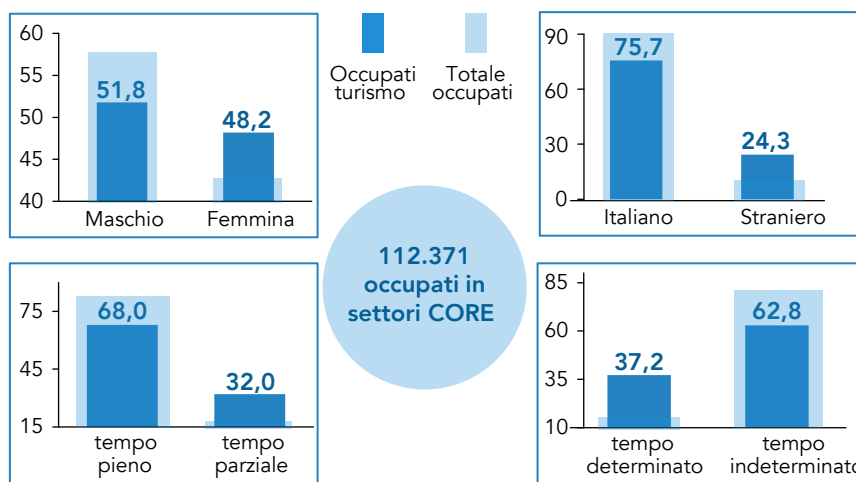
Rispetto al 2011, il numero di occupati è in crescita: il core è cresciuto di circa 32mila unità (+40%), grazie soprattutto alla buona performance della ristorazione. Dal punto di vista della distribuzione provinciale, Venezia gioca un ruolo decisivo: grazie al capoluogo e a tutte le località del litorale, il 29% degli occupati core della regione lavora nella provincia lagunare. Segue Padova con il 20% degli occupati core del Veneto e Verona con il 19%.

Fig. 6.2.1 - Occupati nella filiera turistica. Veneto - Anni 2011 e 2017



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

Fig. 6.2.2 - Occupati nei settori turistici core per genere, cittadinanza e caratteristiche dell'occupazione. Veneto - Anno 2017



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

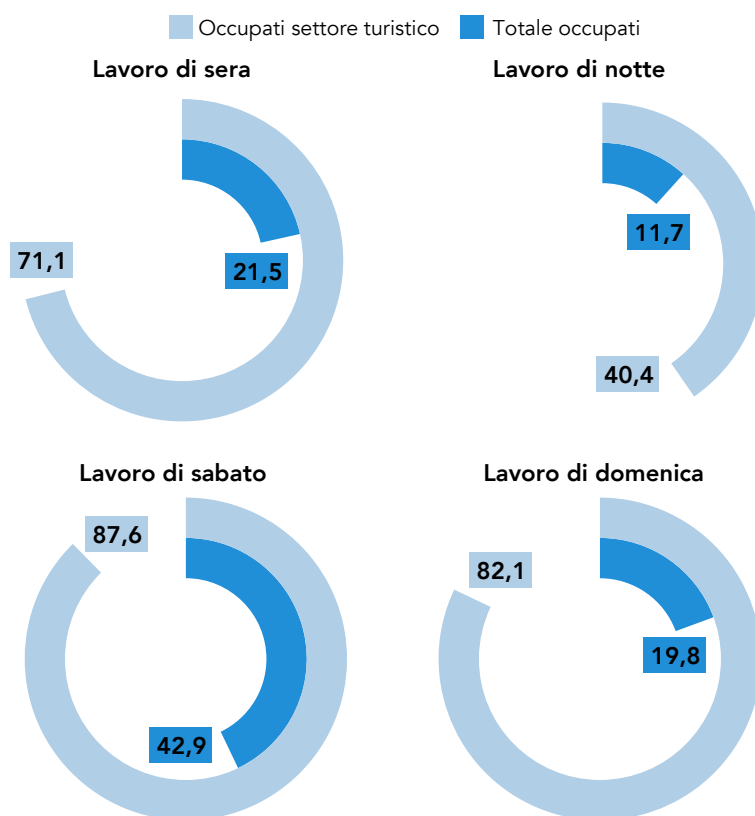
L'indagine Istat sulle forze lavoro permette di analizzare anche le caratteristiche degli occupati che lavorano nel settore turismo e le caratteristiche del lavoro svolto. Innanzitutto si può osservare che il lavoro turistico core dal punto di vista del genere è più bilanciato: su 100 occupati 52 sono maschi e 48 femmine, rispetto ad un rapporto di 57 uomini e 43 donne del totale occupati. Superiore rispetto alla media anche la percentuale di stranieri che supera il 24%. Non si osservano differenze di rilievo rispetto al totale degli occupati per quanto riguarda il titolo

di studio, mentre per l'età il settore turistico si contraddistingue per una presenza maggiore di lavoratori nelle classi più giovani, under 35.

Il lavoro turistico è meno stabile della media: si contano più tempi determinati e più lavori in part time. In particolare gli occupati a tempo determinato sono il 37% rispetto al 15% del totale, mentre i part time sono il 32% rispetto al 19%.

Ma l'aspetto che più caratterizza il lavoro nel mondo del turismo è la tipologia dell'orario. Le esigenze del turista, infatti, richiedono una presenza continua del personale addetto durante tutto l'arco della giornata e della settimana. Così, se la percentuale di occupati veneti che hanno lavorato di sera non va oltre il 22%, per gli occupati nel turismo supera il 71% e la percentuale di persone che hanno lavorato di notte raggiunge il 40%. Il lavoro prosegue poi nel fine settimana: l'88% ha lavorato almeno un sabato nell'ultimo mese e l'82% almeno una domenica.

Fig. 6.2.3 - Occupati nei settori turistici core che lavorano in orario disagiati (% sul totale). Veneto - Anno 2017



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

Figure in cambiamento

Il turismo è un settore in continua crescita e in continua evoluzione: il turista del 2018 non è il turista del 1998 e neanche del 2008. Diverso è l'accesso ai trasporti, ai sistemi di comunicazione, alla sensibilità nella scelta delle destinazioni. Il mercato del lavoro evolve quindi velocemente per adattarsi alle nuove esigenze e garantire al turista esperienze sempre più personalizzate. Le classificazioni standard delle professioni e dei settori di attività riescono a cogliere solo in parte questi cambiamenti. Numerose sono le ricerche che provano a carpirne le dinamiche. Il Ciset, Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica, ha stilato una lista

Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale



di figure professionali emergenti, di figure in cambiamento e di figure a rischio analizzando i siti internazionali di domanda/offerta di lavoro.

Fra le figure in crescita troviamo il Guest Experience Manager, evoluzione del receptionist, che non si occupa degli aspetti tecnici durante le fasi check-in / check-out ma segue l'ospite nei diversi luoghi e momenti del soggiorno. Per questo tipo di figura è fondamentale la conoscenza del territorio dove è inserito l'albergo e del tipo di clientela. Sempre all'interno del settore ricettivo è il Demand Manager: questa figura assicura che il servizio erogato dall'azienda incontri le esigenze della domanda, pianificando le attività di marketing che consentano di garantire gli obiettivi di vendita e la qualità del servizio alle risorse a disposizione. Una figura che sta crescendo anche fuori dal settore è invece il Data Scientist, che attraverso la grande mole di dati presenti è in grado di selezionare e analizzare quelli utili ai fini della conoscenza del segmento di mercato di interesse.

In questo contesto di attenzioni personalizzate verso il cliente e dell'utilizzo delle nuove tecnologie, alcune figure professionali, così come si conoscono oggi, possono perdere terreno: è il caso del receptionist, figura tipica della ricettività ma che potrebbe essere superata viste le attività facilmente automatizzabili che svolge, così la figura dell'addetto alle prenotazioni.

Un'altra indagine realizzata da ISNART, Istituto Nazionale Ricerche Turistiche, Società Consortile per Azioni "in house" al sistema camerale, ha coinvolto un panel di operatori della filiera turistica, dall'ospitalità al circuito dei viaggi organizzati, ad esperti e attori dell'indotto turistico per esplorare le nuove professioni. Le figure professionali che gli operatori indicano come necessarie affinché l'impresa rimanga competitiva sono quelle legate alla valorizzazione delle risorse di cui il territorio dispone. Importanti risultano, dunque, gli addetti alla pianificazione di itinerari personalizzati e tematici, le guide enogastronomiche e rurali nonché le guide specializzate nell'artigianato tipico. Queste tre professionalità sono tutte legate alla riscoperta del territorio e delle sue risorse, in una modalità assolutamente personalizzata ed unica. I turisti sono, ormai, bersagliati da proposte di escursioni e tour durante la vacanza e dimostrano sempre più la necessità sia di personalizzare la loro esperienza, che di allontanarsi dai circuiti turistici tradizionali per poter raccontare qualcosa di diverso dal solito. Affianco a queste figure, servono anche gli addetti alla promozione e commercializzazione on line, in quanto nel settore turistico tutto deve essere comunicato per essere attrattivo. Ecco allora i web content specialist, vale a dire coloro che curano i contenuti presenti nel sito web aziendale e sui social media in modo da rendere visibile sulla vetrina della rete i servizi e l'offerta dell'azienda.



**Professionisti
attenti alle
esigenze del cliente**



6.3 Formarsi per lavorare nel turismo

Questa forte dinamicità del settore turistico impone a tutti i soggetti coinvolti di restare sempre al passo con i cambiamenti, per garantire un'offerta adeguata al mercato. In questo contesto, anche il mondo della scuola deve garantire la formazione di figure professionali in grado di affrontare le nuove sfide.

Nell'anno scolastico 2016/2017 nella nostra regione gli iscritti alle scuole superiori ad indirizzo turistico sono stati circa 25.700, il 13% di tutti gli studenti veneti. In particolare, 11.400 ragazzi frequentano un istituto tecnico, mentre poco meno di 14.300 studenti un istituto professionale. Venezia è la provincia veneta con la percentuale di studenti in corsi turistici più elevata, seguita da Treviso e Rovigo.

Al termine della scuola superiore, un diplomato può proseguire il suo percorso formativo nel mondo del turismo attraverso un corso universitario. Nell'anno



accademico 2016/2017 nell'Ateneo di Padova, ad esempio, erano attivi tre corsi di laurea di primo livello in Progettazione e gestione del turismo culturale, in Storia e tutela dei beni artistici e musicali e in Scienze e Cultura della Gastronomia e della Ristorazione, per un totale di 1.354 studenti. Anche Venezia Cà Foscari ha attivato due corsi, uno più tecnico orientato alla conservazione e al restauro e uno dedicato alla gestione e alla valorizzazione del patrimonio artistico-culturale, per un totale di circa 2mila studenti. In questo Ateneo sono attive anche due lauree magistrali sui medesimi temi. Infine, l'Ateneo di Verona, accanto alla laurea di primo livello in Beni Culturali, propone due corsi, di primo livello e uno di secondo livello, dove l'accento si pone sulle lingue e sulle culture straniere finalizzate al turismo e al commercio internazionale.

Tab. 6.3.1 - Iscritti a corsi di laurea attinenti al turismo negli Atenei Veneti. A.A. 2016-2017

	Padova	Venezia Cà Foscari	Verona	Totale
Laurea I livello				
Progettazione e Gestione del Turismo Culturale	683			683
Scienze e Cultura della Gastronomia e della Ristorazione	254			254
Storia e Tutela dei Beni Artistici e Musicali	417			417
Conservazione e Gestione dei Beni e delle Attività culturali		1.087		1.087
Tecnologie per la Conservazione e il Restauro		110		110
Lingue e Culture per il Turismo e il Commercio Internazionale			2.057	2.057
Beni Culturali			564	564
Laurea II livello				
Economia e Gestione delle Arti e delle Attività Culturali		354		354
Sviluppo Interculturale dei Sistemi Turistici		163		163
Lingue per la Comunicazione Turistica e Commerciale			369	369
Totale	1.354	1.714	2.990	6.058

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Miur

Per completare l'offerta formativa in tema di turismo, vanno citati i master di primo e secondo livello organizzati dagli Atenei e accessibili dopo il raggiungimento del titolo universitario. Per l'anno accademico 2018/2019 Padova offre il master in "Design dell'offerta turistica", mentre Cà Foscari il master in "Cultura del cibo e del vino. Promuovere l'eccellenza Made in Italy" e "Economia e gestione del turismo", quest'ultimo giunto alla 26esima edizione e realizzato in collaborazione con il Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica (CISSET).

In alternativa all'università, dopo la scuola superiore i ragazzi possono proseguire con la formazione terziaria professionalizzante che si svolge attraverso gli Istituti Tecnici Superiori (ITS). Queste scuole ad alta specializzazione tecnologica, che in Veneto prendono anche il nome di Academy, nascono per rispondere ad una specifica esigenza da parte delle imprese di figure altamente specializzate che posseggano nuove e più affinate competenze operative e tecnologiche. Dal

**Turismo Veneto
Academy per
formare i nuovi
manager**



Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale



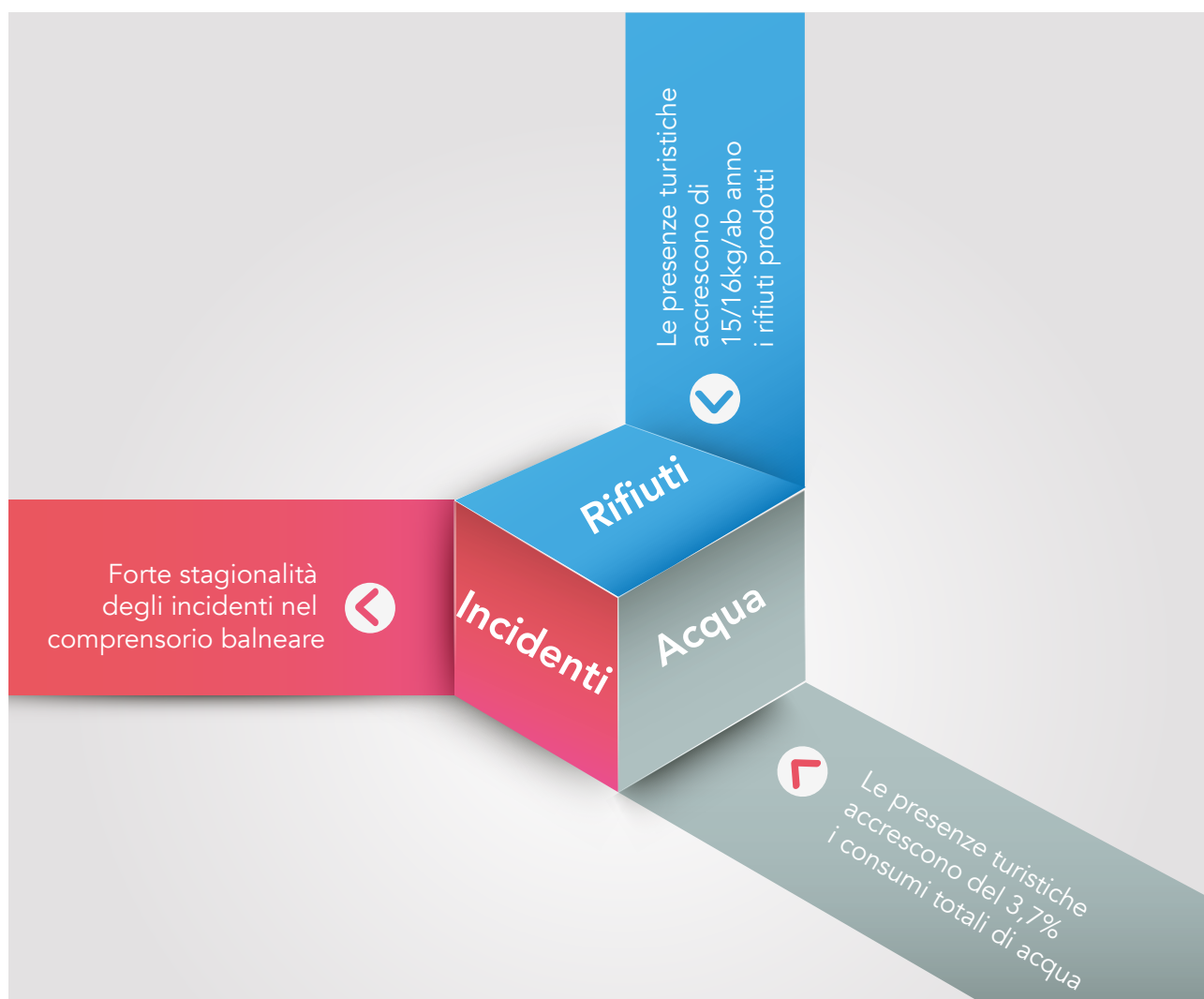
monitoraggio nazionale 2018 sugli ITS condotto da Indire, l'ente di ricerca del Ministero dell'Istruzione, sulla qualità dei corsi realizzati nel 2014-16, risulta che questo tipo di formazione offre ottime possibilità di placement in Veneto: in media l'82,5% dei diplomati nelle Academy per super-tecnici ha trovato occupazione entro un anno, con punte che superano anche il 90% negli indirizzi moda, meccatronica e turismo.

In Veneto, l'ITS Academy Turismo propone due percorsi formativi di durata biennale, durante i quali si alternano momenti di attività didattiche e di stage: Tecnico superiore per la gestione delle strutture e servizi turistici e Tecnico superiore per la gestione di imprese e servizi ristorativi, con sedi a Jesolo, Bardolino, Asiago e Valeggio sul Mincio. Il primo percorso mira a formare figure professionali altamente specializzate in grado di fornire supporto al manager aziendale attraverso competenze specifiche relative alle tecniche di gestione aziendale, conoscenze linguistiche certificate (inglese e tedesco), padronanza degli strumenti di marketing, digital marketing e tecnologie di Industria 4.0, il tutto orientato a saper creare, promuovere e comunicare progetti attinenti al settore del turismo. Il percorso sulla gestione di imprese e servizi ristorativi mira, invece, a formare esperti del Food&Beverage Department, facilmente assorbibili anche dalle Piccole Medie Imprese del settore ricettivo alberghiero ed extra alberghiero, responsabili di unità ristorative (ristoranti di catena, enoteche, ecc.), di banqueting ed eventi, ma anche operatori del catering e della crocieristica, esperti di comunicazione e di turismo enogastronomico, addetti all'accoglienza e al marketing in aziende produttrici. Secondo i dati di Indire, a maggio 2018 in Veneto risultavano attivi 10 corsi per l'ITS Academy Turismo, con 234 iscritti.



Analisi del sistema turistico del Veneto: l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

7



Cap.7. Il turismo e l'impatto ambientale

Come il turismo apporta indubbi vantaggi economici al territorio e può altresì indurci altri di positivi come una maggiore attenzione alla protezione delle aree naturali, la creazione di parchi, la preservazione del patrimonio artistico, culturale e storico e la sensibilizzazione ambientale, l'affollamento delle località turistiche determina anche una "pressione" ambientale. La maggiore affluenza di veicoli comporta conseguenze sulla sicurezza stradale, la maggiore presenza di persone significa incremento della produzione di rifiuti e del consumo di acqua. Ed è proprio su questi tre ultimi aspetti che si sono concentrate le analisi dei dati di cui disponiamo, per verificare le misure di questi impatti nel territorio veneto, nel recente periodo.

Per mettere in evidenza quanto il turismo influenzi la produzione di rifiuti urbani in Veneto e quanto il consumo di acqua ad uso potabile si è analizzato l'incremento sulla popolazione residente dato dalle presenze turistiche.

La popolazione teorica equivalente, ottenuta dalla somma dei residenti con le presenze turistiche divise per 365 giorni, evidenzia, su scala regionale, un'alterazione della popolazione dell'ordine del 3,7%, con valori piuttosto eterogenei tra le diverse province: dallo 0,5% di Treviso all'11% di Venezia, passando per il 5,1% di Belluno, nel 2015. I numeri restano pressoché invariati nel 2016. Sono stati considerati questi due anni in quanto i dati sui consumi idrici più recenti fanno riferimento al primo, mentre quelli sui rifiuti al secondo.

I turisti incidono in Veneto per il 3,7% della popolazione



Tab.7.1 - Le presenze turistiche e gli abitanti equivalenti nelle province del Veneto - Anni 2015:2016

Provincia	2015			2016		
	Abitanti (n.)	Presenze turistiche (n.)	Alterazione teorica della popolazione (valori %)	Abitanti (n.)	Presenze turistiche (n.)	Alterazione teorica della popolazione (valori %)
Belluno	206.564	3.856.337	5,1	205.781	3.973.849	5,3
Padova	864.351	5.065.375	1,6	936.274	5.288.316	1,5
Rovigo	224.902	1.492.555	1,8	238.588	1.536.998	1,8
Treviso	866.007	1.697.957	0,5	885.972	1.790.735	0,6
Venezia	851.742	34.186.544	11,0	854.275	34.419.316	11,0
Vicenza	843.763	1.803.513	0,6	865.082	1.847.699	0,6
Verona	879.303	15.133.116	4,7	921.557	16.535.415	4,9
Veneto	4.736.632	63.235.397	3,7	4.907.529	65.392.328	3,7

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

7.1 I rifiuti

Per quanto riguarda i rifiuti, i dati di produzione pro capite mostrano un andamento altalenante dal 2004 al 2016, con un forte calo che ha segnato il minimo nel 2012, per arrivare al 2016, anno in cui la produzione si è assestata a 456kg/ab anno, valore comunque significativamente più basso rispetto ai 484 del 2004.

Ricalcolando la produzione pro capite di rifiuti, eliminando l'effetto dato dalla presenza turistica, si nota una riduzione del pro capite nell'ordine di 15/16 kg per abitante.

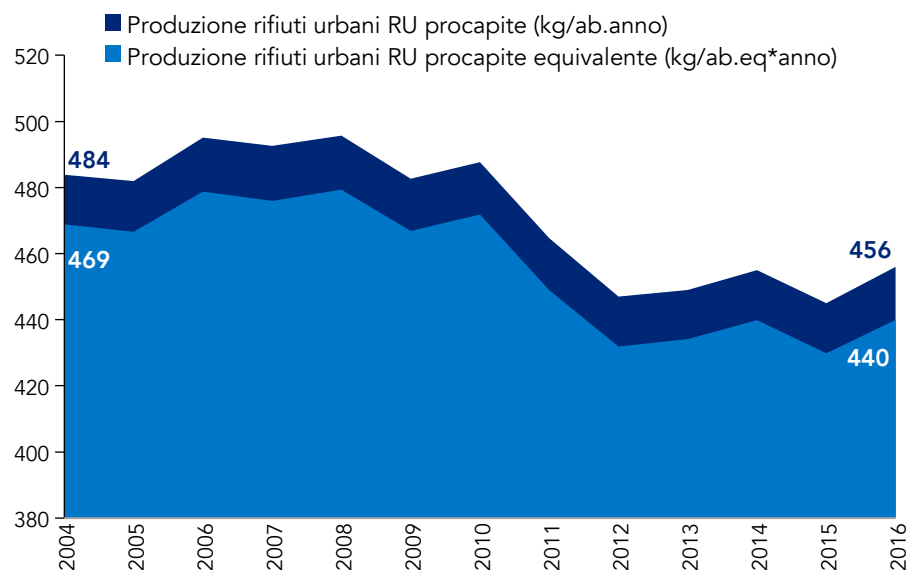
le presenze turistiche accrescono di 15/16kg/ab anno i rifiuti prodotti



Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

Fig.7.1.1 - L'incidenza dei turisti sulla produzione di rifiuti urbani (kg/ab anno). Veneto - Anni 2004:2016



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati ARPAV

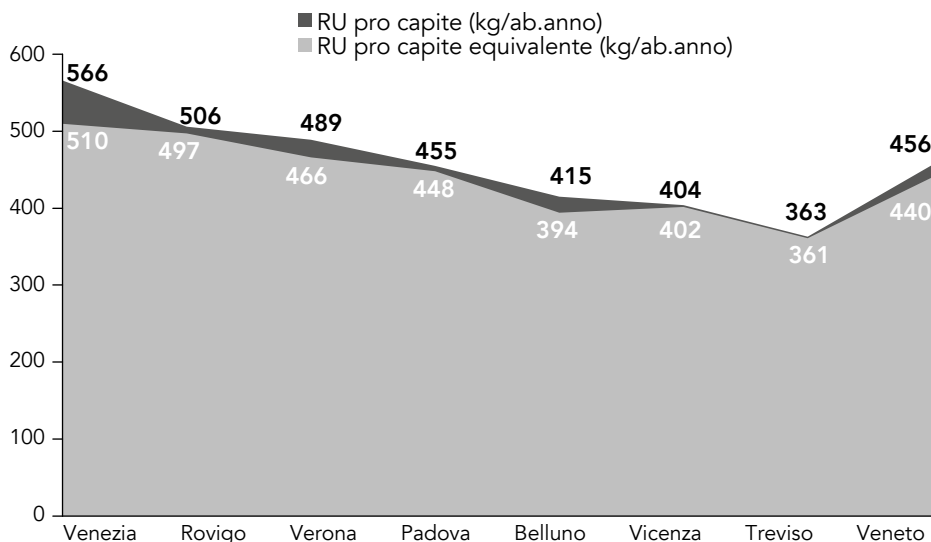
Nel 2016 si può osservare il contributo del turismo nell'incremento della produzione pro capite dei rifiuti prodotti nelle singole province. Venezia è la provincia dove si ha il maggiore carico di rifiuti pro capite – 566kg per abitante all'anno contro i 456 della media regionale – nonché il gap più elevato - 56kg pro capite anno - tra la produzione dei soli residenti e quella alterata dalla presenza turistica. A fare da contraltare a Venezia c'è Treviso, con la minore produzione, 363kg pro capite anno (oltre 90kg in meno della media regionale), e anche il minore gap tra il pro capite effettivo e quello alterato dalle presenze turistiche (2kg pro capite anno), ad indicare un basso impatto del turismo dal punto di vista dei rifiuti su questo territorio.

Il fenomeno è stato analizzato anche osservando l'incidenza percentuale che il turismo crea sulla produzione complessiva di rifiuti. Anche in questo caso Venezia risulta la provincia col maggiore carico di rifiuti derivante dalle presenze turistiche, incidendo queste per l'11% sul totale, a seguire troviamo Belluno con il 5,3% e Verona con il 4,9% a fronte di una media regionale del 3,7%.

Oltre alle province, si sono messi in evidenza i comuni veneti per i quali maggiore è l'influsso del turismo. In particolare si sono considerati i 60 comuni col maggiore tasso di turisticità e quelli che presentavano una differenza superiore a 10kg/ab anno tra la produzione di rifiuti pro capite complessiva e quella depurata dall'effetto "turismo". Oltre a questi, sono stati selezionati anche i comuni nei quali la produzione pro capite complessiva di rifiuti è maggiore della media regionale ma, depurata dall'effetto del turismo, il relativo valore scende al di sotto della media stessa.

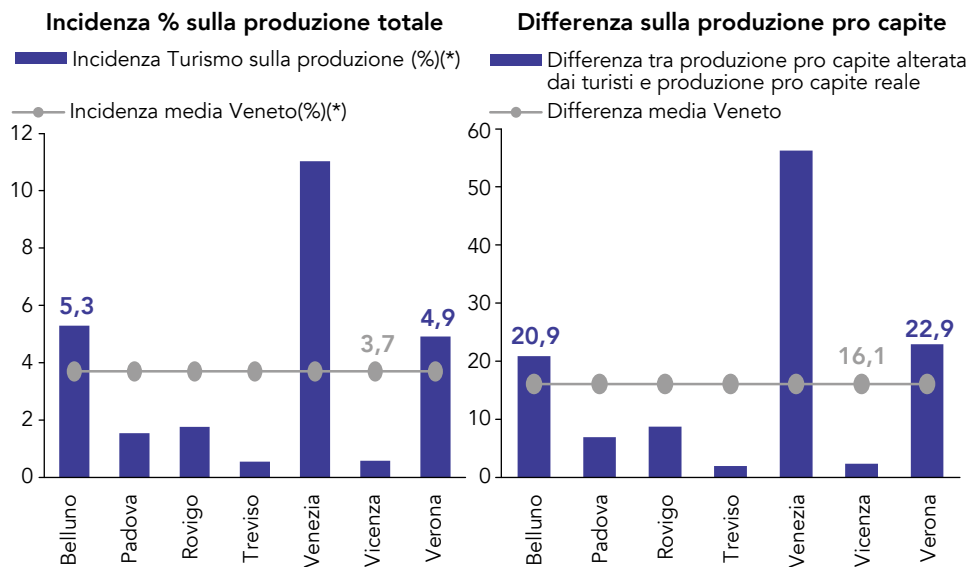
Si sono così messe in evidenza situazioni particolari, caratterizzate da valori estremi rispetto a quanto emerge dall'analisi provinciale. In particolare, sono quattro i comuni per i quali l'incidenza percentuale del turismo sulla produzione totale di rifiuti supera il 100%, ovvero la presenza dei turisti fa teoricamente più che raddoppiare la quantità di rifiuti annui.

Fig.7.1.2 - Le presenze turistiche e l'incidenza sulla produzione di rifiuti urbani nelle province del Veneto - Anno 2016



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati ARPAV

Fig.7.1.3 - Le presenze turistiche e l'incidenza sulla produzione di rifiuti urbani nelle province del Veneto (incidenza % e differenza assoluta in kg/ab anno) - Anno 2016



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati ARPAV

In ordine decrescente troviamo Lazise (133,8%), San Michele al Tagliamento (122,5%), Cavallino-Treporti (121,5%) e Caorle (100,7%). Considerando la differenza, in termini assoluti, tra la produzione pro capite inclusi i turisti e quella al netto degli stessi, ben 26 su 88 comuni selezionati presentano valori al di sopra dei 100kg per abitante all'anno, con una punta che sfiora gli 846kg a San Michele al Tagliamento, seguito da Cavallino Treporti con quasi 750.

A Lazise, San Michele al Tagliamento, Cavallino e a Caorle i turisti incidono oltre il 100% sulla produzione di rifiuti

Analisi del sistema turistico del Veneto





l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

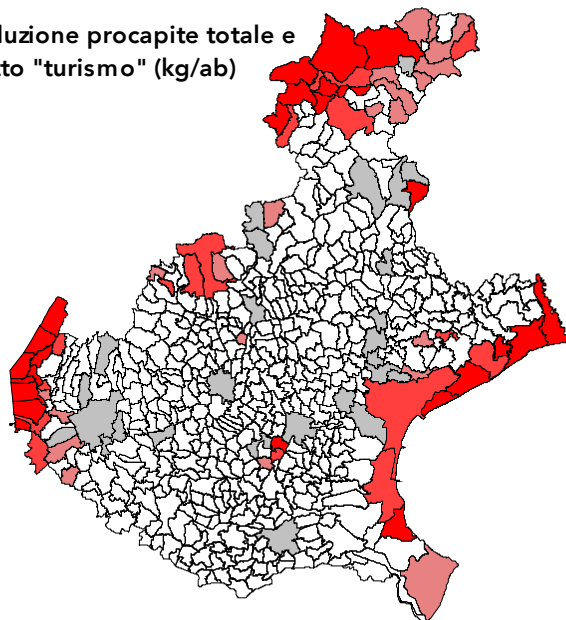
Da un'analisi d'insieme di tutti i comuni selezionati emerge come le maggiori differenze (oltre i 100kg per abitante) tra la produzione pro capite totale e quella depurata dall'effetto "turismo" siano concentrate in prossimità delle zone maggiormente attrattive della regione: i comuni intorno al lago di Garda, quelli prealpini del vicentino, i comuni bellunesi montani a ridosso delle Dolomiti e tutti quelli della costa Adriatica.

Infine si è cercato di individuare un eventuale legame tra l'influenza del turismo sulla produzione di rifiuti urbani e la percentuale della raccolta differenziata. Considerando l'incidenza del turismo sulla produzione di rifiuti sia in termini percentuali che assoluti osserviamo una debole correlazione inversa¹: all'aumentare del turismo diminuisce la raccolta differenziata. I valori calcolati sono troppo bassi per poter concludere che vi sia un legame stretto tra le presenze turistiche e la qualità della raccolta differenziata, seppure si noti una lieve alterazione.

Fig. 7.1.4 – La differenza tra la produzione pro capite totale e quella depurata dall'effetto "turismo" nei comuni veneti più turistici (kg/ab.) – Anno 2016

Differenza tra produzione procapite totale e depurata dall'effetto "turismo" (kg/ab)

	109 - 846 (24)
	27 - 109 (17)
	12 - 27 (21)
	2 - 12 (26)



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati ARPAV

7.2 L'acqua ad uso potabile

Sul fronte dell'acqua ad uso potabile i dati sono aggiornati al 2015, anno dell'ultimo censimento Istat sulla materia idrica. E' stata considerata l'acqua "erogata", cioè quella che effettivamente esce dai rubinetti, al netto delle dispersioni a cui è soggetta invece quella "immessa" nelle reti di distribuzione. Come nel caso dei rifiuti, si osserva una differenza tra l'acqua erogata pro capite e quella al netto delle presenze turistiche in Veneto. In questo caso tale differenza è di circa 2,8 litri per abitante all'anno (litri/ab. anno), che si traduce in una incidenza del turismo pari al +3,7% dei consumi totali di acqua su scala regionale.

A livello provinciale la situazione è piuttosto eterogenea: Belluno e Verona,

¹ Calcolata tramite l'indice di correlazione di Pearson (valori -0,15 e -0,21)

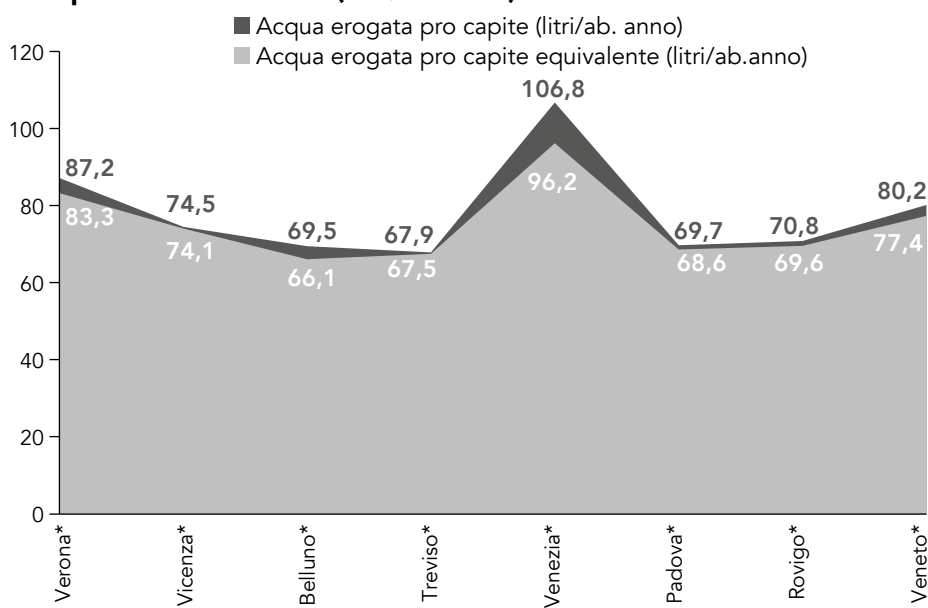


Le presenze turistiche accrescono del 3,7% i consumi totali di acqua

province ricche di zone di interesse turistico, sono un po' al di sopra della media del Veneto, con +5,1 e +4,7% di incidenza del turismo sui consumi di acqua, mentre le altre città si mantengono decisamente più basse. Un discorso a parte va fatto per Venezia che concentra la maggiore presenza turistica e la cui incidenza sui consumi di acqua ad uso potabile tocca infatti il +11%.

Nel grafico si possono osservare i consumi pro capite nelle province venete sia effettivi, sia quelli equivalenti (ottenuti cioè dividendo i totali per la popolazione residente corretta con le presenze turistiche).

Fig. 7.2.1 - Le presenze turistiche e l'incidenza sul consumo di acqua potabile nelle province del Veneto (litri/ab. anno) - Anno 2015



(*)Qui sono conteggiati solo i comuni per i quali esiste corrispondenza tra i dati sul turismo e sui consumi d'acqua, quindi un sottoinsieme del totale regionale

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati ARPAV

Come nel caso dei rifiuti, si sono messi in evidenza i comuni veneti per i quali maggiore è l'influsso del turismo. Sono stati esaminati gli stessi 60 comuni col maggiore tasso di turisticità già visti in precedenza, a cui sono stati aggiunti quelli che presentavano una incidenza del turismo superiore al 5% sull'acqua erogata pro capite. Oltre a questi sono stati selezionati anche i comuni per i quali l'erogazione di acqua pro capite è maggiore della media regionale di 80,2² metri cubi per abitante (mc/pro capite) ma, depurato dall'effetto del turismo, il medesimo consumo scende al di sotto della media stessa.

Dall'analisi dei comuni emerge subito un dato interessante: i primi 4 comuni con maggiore incidenza del turismo sull'erogazione di acqua ad uso potabile sono gli stessi individuati anche per i rifiuti, seppure in ordine diverso, ovvero Cavallino Treponti e Lazise entrambi con oltre il +124%, San Michele al Tagliamento con il +123% e Caorle oltre il +100%.

Parallelamente a quanto già osservato per i rifiuti, i comuni che presentano le differenze più elevate tra l'acqua erogata pro capite complessiva e quella corretta

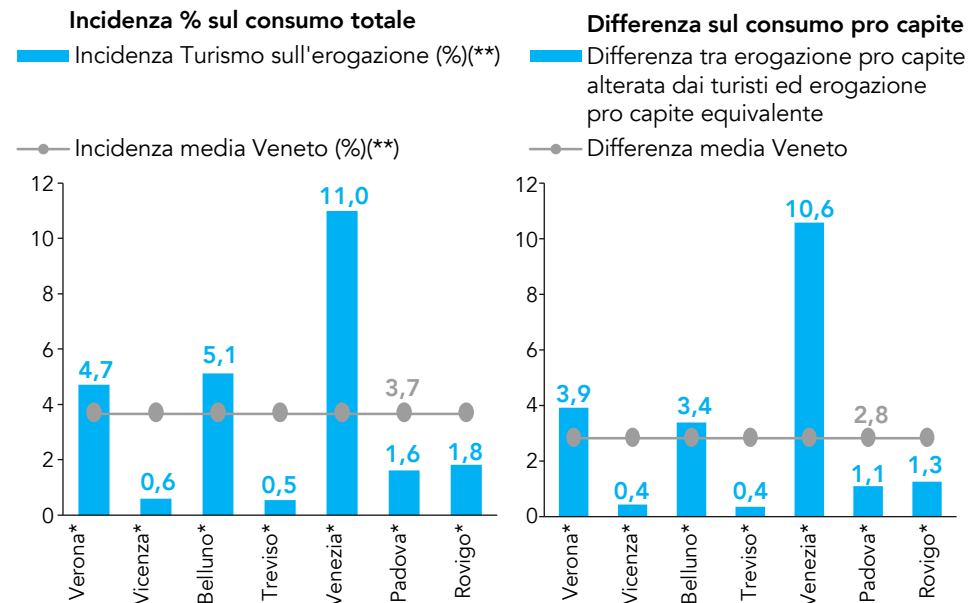
A Cavallino, Lazise, San Michele al Tagliamento e a Caorle i turisti incidono oltre il 100% anche sul consumo di acqua

² E' la media regionale calcolata sui soli comuni per i quali esiste corrispondenza tra i dati sul turismo e sui consumi d'acqua, quindi un sottoinsieme del totale regionale

Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

Fig. 7.2.2 - Le presenze turistiche e l'incidenza sul consumo di acqua potabile nelle province del Veneto (incidenza % e differenza assoluta in kg/ab anno) - Anno 2015



(*) Qui sono conteggiati solo i comuni per i quali esiste corrispondenza tra i dati sul turismo e sui consumi d'acqua, quindi un sottoinsieme del totale regionale

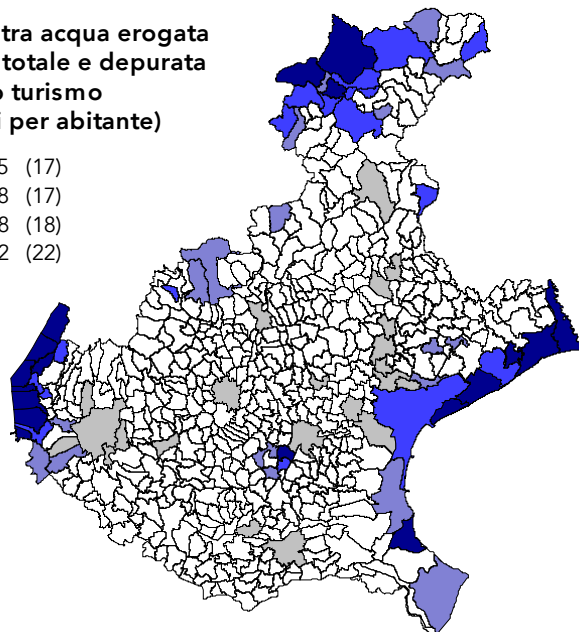
(**) Incidenza del turismo sul consumo = $(\text{acqua erogata totale} - \text{acqua erogata teorica solo per gli abitanti}) / (\text{acqua erogata teorica solo per gli abitanti}) * 100$

Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati ARPAV

Fig. 7.2.3 - La differenza tra l'acqua erogata pro capite complessiva e quella corretta dall'effetto "turismo" nei comuni veneti più turistici (metri cubi per abitante) - Anno 2015

Differenza tra acqua erogata pro capite totale e depurata dall'effetto turismo (metri cubi per abitante)

- 28 - 145 (17)
- 8 - 28 (17)
- 2 - 8 (18)
- 0 - 2 (22)



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati ARPAV

eliminando l'influenza delle presenze turistiche sono quelli a ridosso del lago di Garda, della zona prealpina del Vicentino, di quella montana di Belluno e della costa attorno a Venezia.

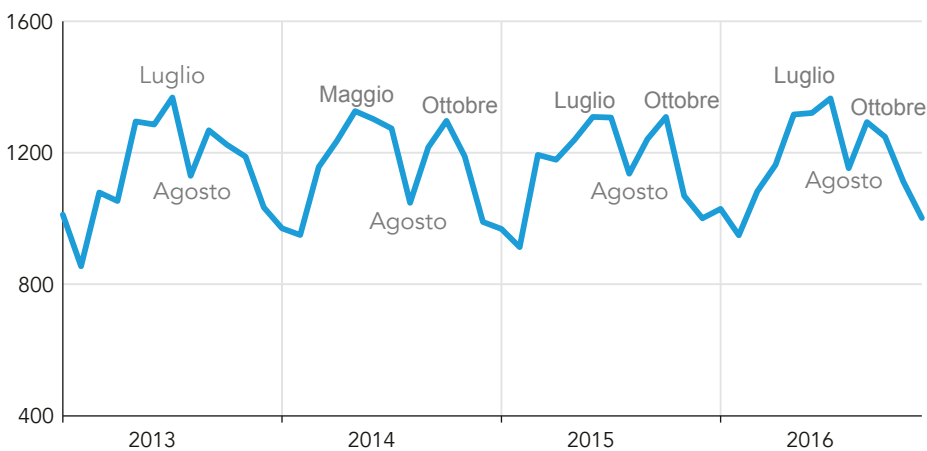
7.3 L'incidentalità stradale

L'aumentato flusso del traffico stradale dovuto alla mobilità turistica può avere effetti anche sull'incidentalità stradale; ne analizziamo qui i dati dei casi con lesioni a persone, fenomeno che implica conseguenze di carattere economico e sociale stimate in quasi 1,5 miliardi di euro³ nel 2016 nel solo Veneto.

1,5 miliardi di euro di costi sociali



Fig.7.3.1 - Incidenti stradali per mese - totale veneto - Anni 2013:2016



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

Considerando le distribuzioni mensili, la ciclicità degli eventi incidentali è rappresentata con regolarità sia nelle serie nazionali sia in Veneto, territorio ad alta vocazione turistica, con punte evidenti e ricorrenti nei mesi estivi. In generale, nel Veneto, gli incidenti hanno una ciclicità abbastanza regolare negli anni, con un andamento che, a partire da gennaio, raggiunge i massimi nella stagione tardo primaverile, arriva fino all'autunno inoltrato e torna ai minimi nei mesi di novembre-dicembre. I picchi si rilevano nei mesi di luglio e ottobre, con un'evidente diminuzione relativa nel mese di agosto. Questo punto di minimo rispetto all'andamento stagionale è dovuto alla massiccia diminuzione del traffico sulle strade locali in conseguenza della chiusura delle attività per le ferie estive; è noto infatti che la maggior parte degli incidenti stradali (il 70,1% nel 2016) avviene in ambito urbano e principalmente nelle città capoluogo di Provincia, che si spopolano specialmente ad agosto.

Andando ad analizzare le distribuzioni mensili per comprensorio turistico, emergono evidenze diverse.

Il numero di incidenti stradali nel comprensorio balneare è in valore assoluto di un ordine di grandezza inferiore rispetto al dato Veneto (5,6% nel 2016), ma presenta una stagionalità più spiccata, con vette nei mesi di giugno, luglio e agosto.

Forte stagionalità degli incidenti nel comprensorio balneare

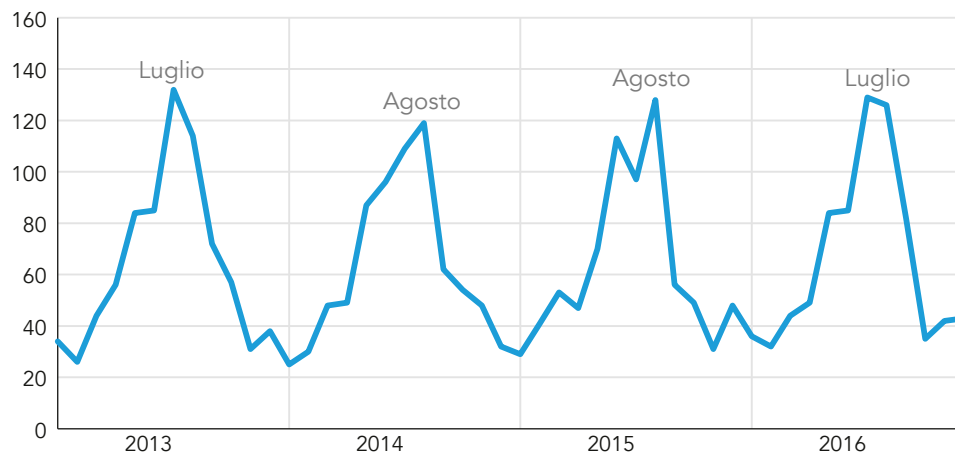


³ Costo sociale totale dell'incidentalità stradale in Veneto nel 2016. Per gli approfondimenti si veda la nota metodologica.

Analisi del sistema turistico del Veneto

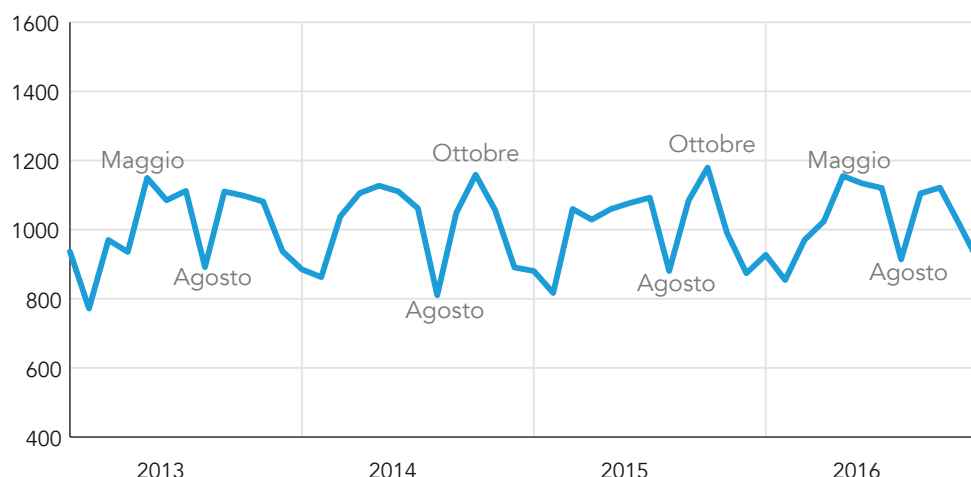
l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

Fig.7.3.2 - Incidenti stradali per mese – comprensorio balneare - Anni 2013:2016



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

Fig.7.3.3 - Incidenti stradali per mese - comprensorio città d'arte - Anni 2013:2016

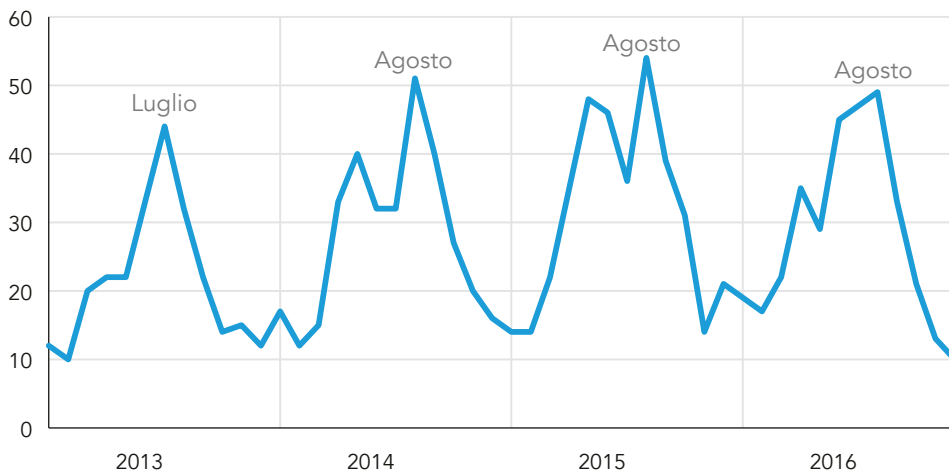


Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

Il comprensorio delle Città d'arte ha valori assoluti d'incidentalità elevati, vi rientrano infatti tutti i comuni capoluogo di provincia, nei quali accade un elevato numero di incidenti durante tutto il periodo dell'anno, principalmente nelle strade urbane; vista l'incidenza del fenomeno nelle strade urbane delle città, l'andamento in questo comprensorio è molto simile a quella del dato complessivo regionale, con però una minore variabilità.

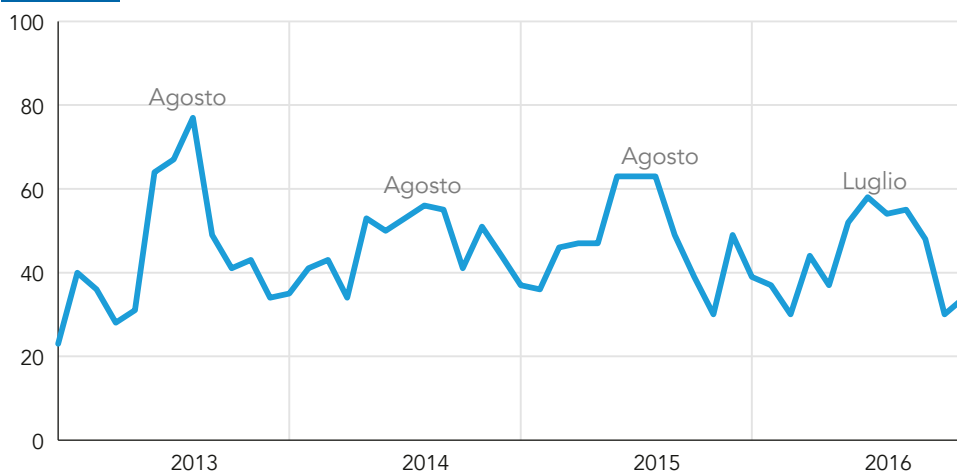
La rappresentazione degli incidenti per mese nel comprensorio lago mostra caratteri simili a quanto rappresentato per il comprensorio balneare, con valori assoluti più che dimezzati rispetto a esso.

Fig.7.3.4 - Incidenti stradali per mese - comprensorio lago - Anni 2013:2016



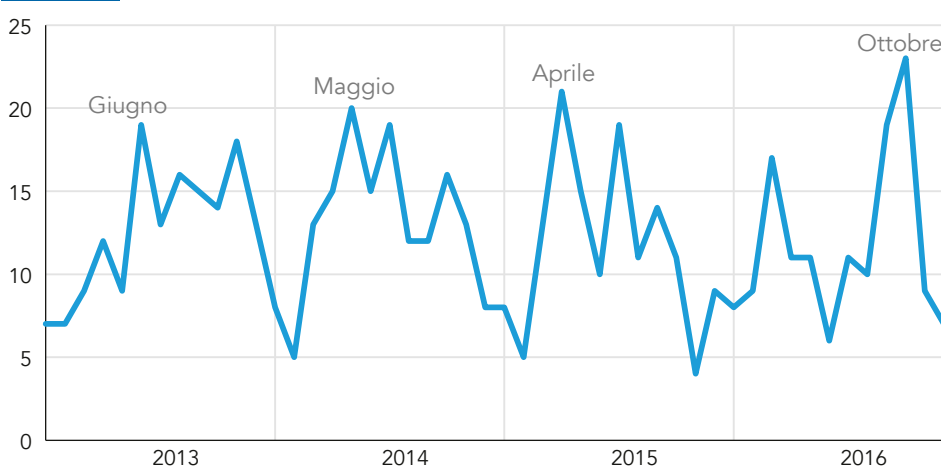
Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

Fig.7.3.5 - Incidenti stradali per mese - comprensorio montano - Anni 2013:2016



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

Fig.7.3.6 - Incidenti stradali per mese - comprensorio termale - Anni 2013:2016

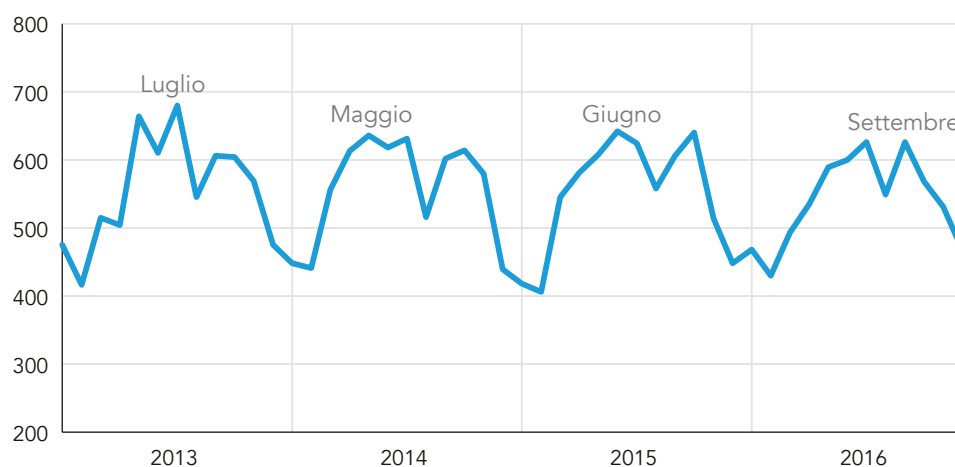


Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

Fig. 7.3.7 - Incidenti stradali per mese nei 60 Comuni con maggiori presenze turistiche in Veneto - Anni 2013:2016



Fonte: Elaborazioni dell'Ufficio di Statistica della Regione del Veneto su dati Istat

Il comprensorio montano, anch'esso caratterizzato da incidentalità stagionale con picchi estivi, evidenzia una variabilità inferiore rispetto ai comprensori lago e mare, con punte meno elevate in ragione della bimodalità estiva e invernale del comprensorio.

Sul comprensorio termale è di interesse evidenziare che i mesi con i massimi d'incidentalità sono anticipati (maggio) e posticipati (ottobre) in coincidenza con i periodi più intensi della stagione termale.

La rappresentazione degli incidenti effettuata sui 60 Comuni con maggiori presenze turistiche in Veneto si presenta simile per andamento a quella sul totale dei comuni. Infatti il peso dei comuni appartenenti al comparto città d'arte di questa selezione pesa per numero di incidenti in modo preponderante rispetto ai comuni di altri comparti in detta selezione.



Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale



Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

Indice di utilizzazione di una struttura alberghiera: misura che rappresenta la probabilità che ha il generico letto di una struttura di essere occupato da un cliente durante il periodo considerato. L'indice, qui moltiplicato per cento per comodità di lettura, è il rapporto tra i risultati, in termini di presenze, conseguiti dalle strutture in un determinato periodo e le potenzialità massime teoriche. Il massimo teorico è ottenibile in vari modi: si può infatti moltiplicare il numero dei letti per i giorni del periodo (utilizzo lordo), oppure per il numero di giornate di apertura dichiarate dai conduttori degli esercizi (utilizzo netto). Per poter dar luogo a statistiche affidabili si è scelto di calcolare gli indici di utilizzazione considerando soltanto il movimento alberghiero, in quanto è un dato maggiormente attendibile.

Tasso di ricettività: rappresenta la potenzialità turistica di un'area relativamente alle altre risorse economiche. Esso è ottenuto dividendo il numero dei letti presenti in tutti gli esercizi ricettivi per gli abitanti della stessa area. La sua formula è: Tasso di ricettività = posti letto/popolazione.

Tasso di turisticità: rappresenta l'effettivo peso del turismo rispetto alle dimensioni della zona. Esso, moltiplicato per mille per comodità di lettura, è ottenuto dividendo il numero medio di turisti negli esercizi ricettivi (ossia il rapporto tra presenze e numero di giorni del periodo considerato) per gli abitanti della stessa area. La sua formula è: Tasso di turisticità = [(presenze/giorni)/popolazione]*1000.

Indice di qualità delle strutture alberghiere: segnala la presenza di tipo di offerta medio-alta o di bassa categoria. Esso è calcolato in due modi: sia come rapporto tra numero di esercizi di categoria superiore alle tre stelle e quelli di categoria inferiore (1) che come rapporto tra numero di posti letto negli esercizi di categoria superiore alle tre stelle e quelli di categoria inferiore (2). Le sue formule sono:

Indice di qualità delle strutture alberghiere = n° alberghi 3, 4, 5 stelle/n° alberghi 1, 2 stelle (1)

Indice di qualità delle strutture alberghiere = posti letto alberghi 3, 4, 5 stelle/posti letto alberghi 1, 2 stelle (2)

Indice di densità ricettiva: indica la concentrazione degli esercizi ricettivi nel territorio considerato. La sua formula è: Indice di densità ricettiva = (numero esercizi / Km²) *100.

Densità di popolazione: misura il numero di persone che abitano in una determinata area; solitamente si misura in abitanti per Km². La sua formula è: Densità di popolazione = Popolazione residente / superficie in Km².

Densità turistica: misura la pressione del turismo sul territorio di una data località; indica il numero di turisti per Km². Si ottiene dividendo il numero medio di turisti negli esercizi ricettivi in un determinato periodo (dato dal rapporto tra presenze e numero di giorni del periodo considerato) e la superficie del territorio. La sua formula è: Densità turistica = (Presenze nel periodo / n. giorni del periodo) / superficie in Km².

Indice di affollamento: mette in rapporto i flussi turistici oltre che con il territorio anche con la popolazione residente. È una misura della pressione che esercitano turisti e residenti su un determinato territorio e in un certo periodo. La sua formula è: Indice di affollamento = ((Presenze nel periodo / n. giorni del periodo) + residenti) / superficie in Km².

Lavoro in orari disagiati: riguarda i lavoratori che hanno lavorato almeno una sera o almeno una notte a settimana durante l'ultimo mese e i lavoratori che hanno lavorato almeno un sabato o una domenica durante l'ultimo mese.

Abitanti equivalenti: sono dati dalla somma della popolazione residente con le presenze turistiche medie.

Produzione di rifiuti pro capite ricalcolata togliendo l'effetto delle presenze turistiche: il ricalcolo prevede di dividere i rifiuti totali (tonnellate pro capite x n. residenti) per gli abitanti equivalenti (ossia la somma dei residenti e dei turisti), ricavando così l'effettiva produzione pro capite.

Incidenza del turismo sulla produzione dei rifiuti: l'incidenza è calcolata come: $[(\text{produzione pro capite} \times \text{numero abitanti}) - (\text{produzione pro capite corretta al netto dei turisti} \times \text{numero abitanti})] / (\text{produzione pro capite corretta al netto dei turisti} \times \text{numero abitanti}) \times 100$. Un'espressione semplificata è la seguente: $\text{Incidenza del turismo sulla produzione dei rifiuti} = (\text{produzione totale} - \text{produzione teorica solo abitanti}) / (\text{produzione teorica solo abitanti}) \times 100$

Differenza tra produzione pro capite alterata dai turisti e produzione pro capite reale: è data dalla differenza tra il rifiuto pro capite calcolato in rapporto agli abitanti e quello calcolato in rapporto agli abitanti equivalenti.

Acqua erogata pro capite/anno (metri cubi) ricalcolata togliendo l'effetto delle presenze turistiche: il ricalcolo prevede di dividere l'acqua erogata totale per gli abitanti equivalenti, ricavando così l'effettivo consumo di acqua pro capite.

Incidenza del turismo sull'erogazione di acqua potabile: l'incidenza è calcolata come: $[(\text{erogazione pro capite} \times \text{numero abitanti}) - (\text{erogazione pro capite corretta al netto dei turisti} \times \text{numero abitanti})] / (\text{erogazione pro capite corretta al netto dei turisti} \times \text{numero abitanti}) \times 100$.

Differenza tra erogazione pro capite alterata dai turisti ed erogazione pro capite reale: è data dalla differenza tra l'acqua erogata pro capite calcolata in rapporto agli abitanti e quella calcolata in rapporto agli abitanti equivalenti.

Incidente stradale: è definito come il fatto verificatosi nelle vie o piazze aperte alla circolazione nel quale risultano coinvolti veicoli fermi o in movimento e dal quale siano derivate lesioni a persone (Convenzione di Vienna del 1968).

Costi sociali dell'incidentalità stradale: costi sostenuti da amministrazioni pubbliche, imprese e famiglie a causa dei danni a persone e cose a seguito degli incidenti stradali. Essi sono composti dai costi sanitari, dai costi umani (danno biologico e morale), dai costi derivanti dalla perdita di capacità produttiva, dai costi amministrativi e giudiziari e dai danni materiali. La metodologia di calcolo è definita dalle valutazioni fatte in attuazione dell'art. 7 del D.lgs. 35/2011 e indicata nel DD 000189 del 24/9/2012 e relativo allegato della Direzione Generale per la Sicurezza Stradale del Dipartimento per i Trasporti, la Navigazione ed i Sistemi Informativi e Statistici del Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti.

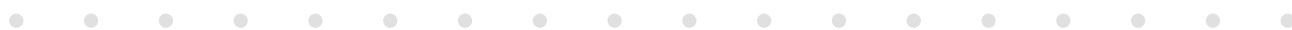
Veicoli teorici medi giornalieri: Per veicoli teorici si intendono le unità veicolari che idealmente, percorrendo l'intera autostrada, danno luogo nel complesso a percorrenze pari a quelle ottenute realmente (veicoli-chilometro); il numero di tali veicoli è definito dal rapporto tra i veicoli-chilometro e la lunghezza dell'autostrada.

Indice di accessibilità: L'indice è ottenuto partendo dalle elaborazioni fatte sui tempi di percorrenza, espressi in minuti, dal centroide di ogni comune alle tre infrastrutture più vicine per ciascuna delle quattro categorie considerate. Le categorie di infrastrutture considerate sono: i) porti; ii) aeroporti; iii) stazioni ferroviarie; iv) caselli autostradali. Per l'elaborazione dei tempi di percorrenza è stato utilizzato un grafo stradale commerciale che tiene conto delle velocità stradali reali (per cui anche della morfologia del territorio) in condizioni ideali, cioè in assenza di traffico.



Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale



- Barbabella A., Federico A. (2006), Gli indicatori di valutazione delle politiche, Il Rapporto periodico di Opmus Osservatorio sulle Politiche per la Mobilità Urbana Sostenibile "Gli strumenti per la programmazione"
- Benevolo C., Grasso M. (2017), Destinazioni e imprese turistiche. FrancoAngeli
- Caselli G., Unioncamere Emilia Romana (2017), Il turismo invisibile
- CNR (2017), XXI Rapporto sul turismo italiano
- Eupolis Lombardia (2012). Modelli per l'analisi dell'incidentalità stradale in ambito urbano con particolare riferimento all'utenza vulnerabile della strada. Milano
- Forte E. (2006), Trasporti e turismo, Università degli Studi di Napoli "Federico II"
<http://bandaultralarga.italia.it/>
<http://portale.provincia.vr.it/tematici/turismo/professioni-turistiche>
<http://www.adveneto2020.it/>
<https://www.areeattrezzate.eu/>
<https://www.guidealpineveneto.it/>
<http://www.isnart.it/>
<https://www.itsturismo.it/>
<https://www.maestrisci.com/>
https://www.osservatori.net/it_it/osservatori/ecommerce-b2c
<http://www.parchiveneto.it/>
http://www.polesineterratraduefiumi.it/pagine/professioni_turistiche.php
http://www.provincia.belluno.it/nqcontent.cfm?a_id=4109&tt=belluno
<http://www.provincia.pd.it/professioni-turistiche>
<https://www.provincia.treviso.it/index.php/temi/turismo/professioni-turistiche>
<http://www.provincia.vicenza.it/turismo/professioni-turistiche>
<http://www.regione.veneto.it/web/cultura/unesco>
<http://www.rfi.it>
<https://www.unipd.it/master>
<https://www.unive.it/pag/18630>
<https://www.unive.it/pag/4781/>
<http://www.univr.it/it/post-laurea/2018-2019/tutte-le-aree/master>
<http://www.turismo.provincia.venezia.it/default.aspx?PAGINA=374>
<http://www.veneto.eu/spiagge-accessibili>
<https://www.wttc.org/>
- IBC BAK Benchmark Club (2003), Analisi dell'accessibilità di Venezia, Analisi speciale per la Regione Veneto
- Istat (2016), I musei, le aree archeologiche e i monumenti in Italia
- Istat (2016), Movimento turistico in Italia
- Istat (2017), Viaggi e vacanze in Italia e all'estero
- Istat (2017), Conto satellite del turismo per l'Italia. Anno 2015
- Istat (2017), Statistiche report Viaggi e vacanze in Italia e all'estero, Anno 2016
- Istat (2018), Statistiche report Viaggi e vacanze in Italia e all'estero, Anno 2017



Analisi del sistema turistico del Veneto

l'offerta, la domanda, l'impatto economico, sociale e ambientale

Istat, Aci (2017). Incidenti Stradali. Anno 2016

MiBACT (2017), PST 2017-2022 – Italia Paese per Viaggiatori. Piano strategico di sviluppo del turismo

Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti, Dipartimento per i trasporti, la navigazione ed i sistemi informativi statistici, Direzione Generale per la Sicurezza Stradale (2012), Studio di valutazione dei Costi Sociali dell'incidentalità stradale. Anno 2010

Ministero delle Infrastrutture e dei Trasporti (2017), Piano Straordinario per la Mobilità Turistica 2017-2022

Oxford economics (2017), City travel & tourism impact: methodology

Regione del Veneto (2017), Rapporto statistico 2017, Venezia

Regione Emilia-Romagna (2018), Il turismo in Emilia-Romagna nel 2017, Bologna

Unicredit (2017), Rapporto sul turismo 2017

UNWTO (2004), Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations A Guidebook

UNWTO (2017), Tourism Highlights





Regione del Veneto

- Presidenza della Giunta regionale
- Direzione Relazioni Internazionali,
Comunicazione e SISTAR

- Ufficio di Statistica della Regione del Veneto

Rio dei Tre Ponti - Dorsoduro 3494/A
30123 Venezia

tel.041/2792109 fax 014/2792099

e-mail: statistica@regione.veneto.it

<http://www.regione.veneto.it/web/statistica>